



Universidade Federal de Sergipe

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**GEOGRAFIAS DAS TVS POR ASSINATURA NA REGIÃO NORDESTE**  
**opções tecnológicas e modelos de gestão**

**CLÉCIA CARLA SILVA SANTOS**

SÃO CRISTÓVÃO  
Agosto/2017



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**GEOGRAFIAS DAS TVS POR ASSINATURA NA REGIÃO NORDESTE**  
**opções tecnológicas e modelos de gestão**

**CLÉCIA CARLA SILVA SANTOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Sonia Aguiar Lopes.

SÃO CRISTÓVÃO  
Agosto/2017



Universidade Federal de Sergipe

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

S237c Santos, Clécia Carla Silva  
Geografia das TVs por assinatura na região nordeste: opções tecnológicas e modelos de gestão / Clécia Carla Silva Santos ; orientadora Sonia Aguiar Lopes.– São Cristóvão, SE, 2020.  
113 f. : il.

Dissertação (mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Sergipe, 2020.

1. Comunicação de massa. 2. Televisão por assinatura. 3. Comunicação e tecnologia. I. Lopes, Sonia Aguiar, orient. II. Título.

CDU 659.3



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM

PPGCOM

Programa de Pós-graduação em Comunicação  
Universidade Federal de Sergipe

ATA DE SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO UFS

**TÍTULO DO TRABALHO:** Geografias da TV por Assinatura na Região Nordeste: opções tecnológicas e modelos de negócios”

**Aluno:** CLECIA CARLA SILVA SANTOS

**Data da defesa:** 31/08/2017

Às 14h30 (quatorze e trinta) do dia 31 do mês de agosto de 2017, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe realizou a Defesa da Dissertação da discente CLECIA CARLA SILVA SANTOS denominada “Geografias da TV por Assinatura na Região Nordeste: opções tecnológicas e modelos de negócios”, conforme o que estabelece a Resolução 60/2014/CONEPE/UFS, que regulava o funcionamento do PPGCOM/UFS. A banca examinadora foi composta pelos professores doutores SONIA AGUIAR LOPES - orientadora (PPGCOM-UFS), CESAR RICARDO SIQUEIRA BOLANO - avaliador Interno (PPGCOM-UFS) e SUZY DOS SANTOS - avaliadora Externa (UFRJ). A sessão solene de Defesa ocorreu na sala de reuniões do DCOS. Após a discente proceder à apresentação da dissertação, a banca fez os questionamentos e comentários referentes ao trabalho, os quais foram respondidos pela discente. Ao final, a banca reuniu-se reservadamente e considerou a discente CLECIA CARLA SILVA SANTOS APROVADA no Curso de Mestrado em Comunicação da UFS com o conceito A.

Cidade Universitária “Prof. José Aloísio de Campos”, 31 de agosto de 2017

Profa Dra SONIA AGUIAR LOPES - orientadora (PPGCOM-UFS)

Prof. Dr. CESAR RICARDO SIQUEIRA BOLANO - avaliador Interno (PPGCOM-UFS)

Profa Dra SUZY DOS SANTOS - avaliadora Externa (UFRJ).

Mestrado em Comunicação Social:

Prédio do DCOS, andar superior – Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos  
Av. Marechal Rondon, S/N – CEP 49.100-000 – Rosa Elze – São Cristóvão – Sergipe – Brasil  
Telefones: (79) 2105-6390 – E-mail: [mestradocomunicação.ufs@gmail.com](mailto:mestradocomunicação.ufs@gmail.com)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**CLÉCIA CARLA SILVA SANTOS**

**GEOGRAFIAS DAS TVS POR ASSINATURA NA REGIÃO NORDESTE**  
**opções tecnológicas e modelos de gestão**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Defendida em 31 de Agosto de 2017 e aprovada pela banca examinadora composta pelos professores:

---

Presidente: Prof.<sup>a</sup> Dra. Sonia Aguiar Lopes (PPGCOM-UFS)  
(orientadora)

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Suzy dos Santos (PPG-ECO-UFRJ)  
(avaliador externo)

---

Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño (PPGCOM-UFS)  
(avaliador interno)



Universidade Federal de Sergipe

*Aos que acreditam na superação*



## AGRADECIMENTOS

Agradecer sempre foi, ao meu ver, um ato de simplicidade e nobreza. Tento fazer deste gesto meu companheiro diante dos desafios diários. Mas este tem motivos profundos e não poderia deixar de constar diante de valioso aprendizado que este trabalho representa.

O resultado da conclusão desta pesquisa deve-se a alguém muito especial, que sem ela com certeza este trabalho não existiria. A minha orientadora e professora Sonia Aguiar Lopes! Desde as primeiras aulas da Geografias da Comunicação, que mudou minha perspectiva, à adrenalina de me orientar, sem jamais desistir e acreditar na conclusão desse trabalho. A certeza, a firmeza, a doçura, a paciência, a dedicação, o entusiasmo e o amor pela profissão escolhida de uma professora orientadora fazem milagres diante do caminho por vezes tão escuro e inseguro, que um orientando percorre. Sonia, sem você a minha perspectiva de mudança e superação não teria se concretizado. Muito obrigada por tudo!

A todo o Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM-UFS) meus eternos agradecimentos pela acolhida diante do projeto de pesquisa.

Aos meus amigos e familiares a eterna gratidão pela compreensão da ausência durante período de mudança e aprendizado.

A Reuber Rozendo e Eni Cardoso pelo apoio que transcende o entendimento da psicologia de uma mente.

À Família Marques e Faro Teijeira um agradecimento especial pelo carinho e incentivo diário.

À família do Axé, Itassussé e Aláfunmi, pelo amor, caridade e dedicação.

Aos meus irmãos Clélia, Clauter e Marcela pelas experiências e infinitas compreensões.

Meu agradecimento especial ao meu amado pai José Gomes Santos, pelos exemplos, incentivos, retidão de caráter e simplicidade.

Ao meu amigo, parceiro e marido Allyson, sem seu amor, dedicação e paciência a caminhada seria mais conturbada.

Aos meus filhos, Matheus e Flávia eternos amores de muitas vidas, por tudo, por vocês sempre!



## RESUMO

Com base na lacuna de estudos sobre a regionalização da comunicação e das telecomunicações, este trabalho propõe um mapeamento da televisão por assinatura nas capitais do Nordeste brasileiro, analisando suas opções tecnológicas e seus modelos de negócios. Considera que as reestruturações do Estado e do capital da década de 1990 mudam a realidade brasileira, ao propiciarem as privatizações e a abertura de mercado no setor das telecomunicações. Sob os referenciais da Economia Política de Comunicação e a restrita bibliografia sobre a comunicação regional, este estudo discorre sobre a evolução tecnológica e a oferta dos serviços combinados da TV por Assinatura no Brasil, abordando desde os aspectos históricos dos processos normativos até os marcos regulatórios determinantes, da Lei do Cabo 8.977/95 à Lei 12.485/2011, que prioriza a produção do conteúdo nacional. O período coberto pela dissertação vai de 2012 a 2016, com foco na Região Nordeste, identificando os grupos que atuam no segmento nos nove estados nordestinos, agrupados nos seguintes recortes geográficos: Nordeste Setentrional, que compreende os estados do Ceará, Piauí e Maranhão; Nordeste Central, composto por Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte; e o Nordeste meridional, que abrange a Bahia, Sergipe e Alagoas.

**Palavras-chave:** TV por Assinatura; Políticas de Comunicação; regionalização midiática; comunicação regional; Geografias da Comunicação;



## ABSTRACT

Based upon the lack of studies on the regionalization of communication and telecommunications, this research proposes a mapping of pay-TV in the capitals of the Brazilian Northeast states, analyzing their technological options and their business models. It considers that the restructuring of the State and of capital during the 1990s changed the Brazilian reality, in favor of privatizations opening the market in the telecommunications sector. Under the framework of the Political Economy of Communication and the restricted bibliography on regional communication, this study discusses the technological evolution and the offer of the combined services of Pay-TV in Brazil, addressing from the historical aspects of the normative processes to the determinant regulatory milestones, from Cape Law 8,977 / 95 to Law 12,485 / 2011, which prioritizes the production of national content. The period covered by the dissertation runs from 2012 to 2016, focusing on the Northeast Region, identifying the groups that operate in the segment in the nine Northeastern states, grouped in the following geographic cut: Northern Northeast, which includes the states of Ceará, Piauí and Maranhão; Northeast Central, composed of Pernambuco, Paraíba and Rio Grande do Norte; And the southern Northeast, which covers Bahia, Sergipe and Alagoas.

**Keywords:** TV by Signature; Communication Policies; Media regionalization; Regional communication; Geographies of Communication;



Universidade Federal de Sergipe

## RESUMEN

En base a la brecha de estudios sobre la regionalización de la comunicación y las telecomunicaciones, este trabajo propone un mapeo de la televisión de pago en las capitales del Nordeste brasileño, analizando sus opciones tecnológicas y sus modelos de negocios. Considera que las reestructuraciones del Estado y del capital en la década de 1990 cambian la realidad brasileña al propiciar las privatizaciones y la apertura de mercado en el sector de las telecomunicaciones. En el marco de las referencias de la Economía Política de Comunicación y la restringida bibliografía sobre la comunicación regional, este estudio discurre sobre la evolución tecnológica y la oferta de los servicios combinados de la TV por Suscripción en Brasil, abordando desde los aspectos históricos de los procesos normativos hasta los marcos regulatorios determinantes De la Ley del Cabo 8.977 / 95 a la Ley 12.485 / 2011, que prioriza la producción del contenido nacional. El período cubierto por la disertación va de 2012 a 2016, con foco en la Región Nordeste, identificando a los grupos que actúan en el segmento en los nueve estados nordestinos, agrupados en los siguientes recortes geográficos: Nordeste Septentrional, que comprende los estados de Ceará, Piauí y Maranhão; El Nordeste Central, compuesto por Pernambuco, Paraíba y Rio Grande do Norte; Y el Nordeste meridional, que abarca Bahía, Sergipe y Alagoas.

**Palabras clave:** TV por Suscripción; Políticas de Comunicación; Regionalización mediática; Comunicación regional; Geografías de la Comunicación;



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	13
<b>1. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA, TEÓRICA E TECNOLÓGICA</b>	16
1.1. Reestruturações do Estado e do capital nos anos 1990	23
1.2. O lugar da TV nos estudos da EPC e da comunicação regional	26
1.3. Evolução tecnológica: das telecomunicações às plataformas digitais	31
<b>2. A TV POR ASSINATURA NO BRASIL</b>	36
<b>2.1. Marcos regulatórios: da Lei do Cabo (1995) à Lei 12.485 (2011)</b>	38
2.1.1. A fase da pulverização (1988-1992)	41
2.1.2. A fase da ordenação (1993-1994)	43
2.1.3. A fase da (re)definição (1995-2000)	45
2.1.4. A fase da transição (2007-2009)	47
2.1.5. A fase da unificação (2010-2011)	50
2.1.6. O papel das agências reguladoras	53
<b>2.2. Principais grupos do setor que atuam no Brasil</b>	55
2.2.1. Evolução de assinantes/ audiência da TV paga	61
2.2.2. Modelos de negócios: tecnologias e serviços combinados	69
<b>3. A TV POR ASSINATURA NA REGIÃO NORDESTE</b>	75
3.1. Indicadores socioeconômicos da região	76
3.2. Mapas da TV por assinatura na região	80
3.2.1. Nordeste setentrional: Ceará, Piauí e Maranhão	81
3.2.2. Nordeste central: Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte	87
3.2.3. Nordeste meridional: Bahia, Sergipe e Alagoas	94
3.3. Grupos que atuam na região em associações locais	100
<b>CONCLUSÕES</b>	105
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	109



## LISTA DE SIGLAS

ABTA- Associação Brasileira de Tv Por Assinatura  
ANATEL- Agência Nacional de Telecomunicações  
CBT- Código Brasileiro de Telecomunicações  
CNN - Cable News Network  
CTB - Companhia Telefônica Brasileira  
CTN- Companhia Telefônica Nacional  
DBS - Direct Broadcast Satellite  
DTH - Direct To Home  
EMBRATEL- Empresa Brasileira De Telecomunicações  
EPC – Economia Política da Comunicação  
FCC- Federal Communications Commission  
FMI - Fundo Monetário Intercional  
FNT - Fundo Nacional Das Telecomunicações  
HBO -Home Box Office  
LGT - Lei Geral de Telecomunicações  
MINICOM – Ministério das Comunicações  
MMDS - Distribuição de Sinais Multiponto Multicanais  
PND - Plano Nacional De Desestatização  
SEAC- Serviço de Acesso Condicionado  
TELEBRÁS -Telecomunicações Brasileiras S.A.  
UHF- Ultra High Frequency



Universidade Federal de Sergipe

### LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Leilão de privatização da Telefonia fixa	22
Quadro 2 - Leilão Privatização Telefonia móvel	22
Quadro 3 -Potencial de consumo dos estados nordestinos	78

### LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - A Tv por Assinatura e a indústria da Comunicação	37
Tabela 2 - Número de acessos durante o período de 2010 a 2013	61
Tabela 3 - Crescimento por grupo econômico de TV por assinatura de 2011 a 2013	63
Tabela 4 - Número de acessos por operadora (2014 a maio/2017)	64
Tabela 5 - Tecnologia das operadoras	72
Tabela 6 - Tecnologia de TV por Assinatura: MMDS e TVC no Nordeste	73
Tabela 7 - Estados do Nordeste nos quais Operadoras de TV por Assinatura e Tecnologias estão presentes	74
Tabela 8: Classificação econômica Critério Brasil - 2015	77
Tabela 9 - Aparelhos de rádio e TV e energia elétrica nos domicílios do Nordeste	79
Tabela 10 - Serviços de telecomunicações por domicílio em confronto com o IDH estadual	79
Tabela 11 - Audiência entre os segmentos de televisão	80
Tabela 12- Operadoras de TV por Assinatura que atuam no Ceará	82
Tabela 13 - Operadoras de TV por Assinatura que atuam no Piauí	82



Tabela 14 - Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam no Maranhão	82
Tabela 15- A TV por Assinatura no Ceará	83
Tabela 16 - Base de assinantes dos grupos de operadoras de Fortaleza	84
Tabela 17 - A TV por Assinatura no Piauí	84
Tabela 18 - Base de Assinantes dos grupos de operadoras de Teresina	85
Tabela 19 - A TV por Assinatura no Maranhão	86
Tabela 20 - Base de Assinantes dos Grupos de operadoras de São Luis	87
Tabela 21 - Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam em Pernambuco	88
Tabela 22 - Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam na Paraíba	88
Tabela 23 - Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam no RN	88
Tabela 24 - A TV por Assinatura em Pernambuco	90
Tabela 25- Base de Assinantes dos Grupos de operadoras de Recife	91
Tabela 26 - A TV por Assinatura na Paraíba	91
Tabela 27 - Base de Assinantes dos Grupos de operadoras de João Pessoa	92
Tabela 28 - A TV por Assinatura de Natal	93
Tabela 29 - Audiência da Cabo Serviços de Telecomunicações em Natal	93
Tabela 30 - Base de assinantes dos grupos de operadoras de Natal	94
Tabela 31 - Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam na Bahia	94
Tabela 32 - Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam em Sergipe	95
Tabela 33 - Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam em Alagoas	95
Tabela 34- A TV por Assinatura em Sergipe	96
Tabela 35 - Base de assinantes dos grupos de operadoras de Aracaju	97
Tabela 36 - A TV por Assinatura em Alagoas	97
Tabela 37 - Base de assinantes dos grupos de operadoras de Maceió	98
Tabela 38 - A TV por Assinatura na Bahia	98
Tabela 39 - Audiência da operadora Cable Bahia Ltda em Salvador	99
Tabela 40 - Base de assinantes dos grupos de operadoras de Salvador	99

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Sistema de Tv a cabo	33
Figura 2 - Sistema de MMDS	34
Figura 3 - Sistema DTH	35
Figura 4 - Sistema FTTX e Arquiteturas	35
Figura 5 - Estrutura societária do Grupo Claro S.A.	57
Figura 6 - Penetração da TV por assinatura por classe social	67
Figura 7 - Audiência por grupo econômico – 2016	69
Figura 8 - Market Share da TV por assinatura - Maio/2017	69
Figura 9 - Acesso da TV por Assinatura por tecnologia	70
Figura 10 - Market Share da tecnologia de TV por assinatura	71
Figura 11 - Distribuição da TV por Assinatura por Região	75
Figura 12 – Mapa da Tv por Assinatura do Ceará	83
Figura 13 - Mapa da Tv por Assinatura do Piauí	85
Figura 14 - Mapa da Tv por Assinatura do Maranhão	86
Figura 15 - Mapa da Tv por Assinatura de Pernambuco	90
Figura 16 - Mapa da Tv por Assinatura do Paraíba	92
Figura 17 - Mapa da Tv por Assinatura do Rio Grande do Norte	93
Figura 18 - Mapa da Tv por Assinatura do Alagoas	97
Figura 19 – Mapa da Tv por Assinatura na Bahia	100
Figura 20 - Mapa da Geral das Tv por assinaturas da pesquisa	108
Gráfico 1 - Percentual de assinaturas de cada operadora de TV em 2013	62
Gráfico 2 - Competição no mercado de TV por Assinatura	62
Gráfico 3 - Número de assinantes no Brasil de 2007 a 2013	65
Gráfico 4 -Penetração do meio por classe social em 2010, 2011, 2012	66
Gráfico 5 -Número de Assinantes até 2015	68



Universidade Federal de Sergipe

--	--



## INTRODUÇÃO

A TV por assinatura é um setor da economia situado entre o mercado das telecomunicações e o de televisão, em seu sentido amplo de programação e audiência, que tem avançado rapidamente no Brasil desde 2009, tanto em termos de expansão quantitativa e geográfica, quanto de transformação em termos tecnológicos e de gestão. Este crescimento a passos largos tem despertado a atenção de estudiosos da Economia Política da Comunicação para várias abordagens do setor, que incluem a regulamentação, a descentralização de investimentos por parte do governo federal e os indicadores econômicos, como por exemplo, o do faturamento da TV por Assinatura, que ultrapassou o da TV Aberta em 2012<sup>1</sup>. Mas nenhuma delas aponta para as diferenciações da expansão em termos regionais.

O interesse pelo recorte geográfico do Nordeste nesta pesquisa é um desdobramento do objetivo inicial de analisar as políticas públicas para concessão de canais de televisão e a sustentabilidade das empresas de TV local, tomando por base o caso da TV Cidade (de Aracaju, Sergipe), que foi a primeira emissora de televisão com tecnologia de TV a Cabo a ser implantada na região, e a 15ª do país, em 1998. Neste projeto inicial, pretendia-se verificar as formas como as políticas públicas de concessões de radiodifusão que foram realizadas em um passado recente, no Brasil, bem como identificar o percurso desafiador do processo para ganhar a concorrência pública, cujo modelo é realizado através de licitação, visto que a gestão administrativa da emissora afirmava estar em uma situação financeira ruim, mas mesmo assim decidida a entrar na disputa licitatória para um canal de televisão aberto.

Entretanto, foi a partir da disciplina Geografias da Comunicação<sup>2</sup> que o objeto de interesse central desde o início do Mestrado – a TV por Assinatura – foi se tornando mais claro e desafiador, visto que o aporte teórico da Economia Política da Comunicação dialoga satisfatoriamente com o da Geografia, sob diferentes perspectivas da Comunicação. Vale lembrar que a televisão nasceu regional e em 1969, com a ampliação do seu sinal, via satélite, ultrapassou barreiras geográficas e virou nacional.

A escolha pelo tratamento desse objeto no contexto do Nordeste deveu-se à constatação de que a literatura brasileira sobre “comunicação regional” é fortemente concentrada nas regiões Sul e Sudeste. Além disso, a maioria dos estudos dedica-se a jornais

---

<sup>1</sup> Segundo dados da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA) disponíveis em: [http://www.abta.org.br/dados\\_do\\_setor.asp](http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp). Vamos verificar se essa tendência se manteve até junho de 2016.

<sup>2</sup> Ofertada pelo PPGCOM-UFS no primeiro semestre de 2013.



impressos e a alguns “cases de sucesso” em televisão aberta, como a TV TEM (Região de Sorocaba, no centro-sul do interior paulista) ou a RBS (Rio Grande do Sul), ambas afiliadas da Rede Globo.

A partir dessa ampliação geográfica, do local para o regional, abriu-se também o foco de análise para incluir as opções tecnológicas, os modelos de negócios e as relações deste setor com o poder local. Uma questão que ainda permaneceu em aberto foi a possibilidade de verificar se há alguma estratégia de preservação das identidades local e regional por parte das emissoras de televisão e operadoras de telefonia que atuam nesse segmento de ‘canal fechado’. Há, portanto, uma grande lacuna a explorar sobre a regionalização midiática e o desenvolvimento econômico da Comunicação fora dos grandes centros, para a qual a confluência entre a EPC e as Geografias da Comunicação pode ser de grande valia. Foi essa constatação que, finalmente, levou à delimitação do universo desta pesquisa: as Geografias das TVs por Assinatura na Região Nordeste, com ênfase nas opções tecnológicas, nos modelos de negócios e nas suas relações com o poder local.

Para analisar o mercado de TV por Assinatura nos nove estados da Região Nordeste algumas questões foram formuladas:

a) Sobre o perfil da audiência e as tecnologias adotadas:

- As ferramentas para busca da audiência/clientes são diferentes?
- As TVs por Assinatura do Nordeste possuem o mesmo perfil de consumidor?
- Que “classes sociais” (do ponto de vista da categorização de consumidores) são usuárias de cada uma das tecnologias adotadas por esses canais (cabo, MMDS, DTH, FFTH)?

b) Sobre o modelo de negócios e as perspectivas de sustentabilidade:

- O mercado se comporta de forma igual em comparação aos investimentos publicitários em todos os estados?
- As emissoras locais fechadas precisam das verbas públicas de publicidade para manter sua saúde financeira? Ou conseguem sobreviver apenas de capital privado?
- Existem experiências de canais locais que conseguem fazer parte do *line-up* das grandes empresas de TV por Assinatura?
- Nos estados nordestinos existe concorrência entre as TVs segmentadas locais e as TVs abertas?

c) Sobre o poder local e a identidade local/regional:



- Existe sistema de incentivo de parceria com interessados em colocar programas para aumentar a programação local e criar identidade com a população?
- De que forma na apresentação institucional de cada emissora fechada é possível identificar a representatividade local/regional, que atenda aos preceitos da Lei 12.485 de 12 de setembro de 2011?

A partir dessas questões, foi possível traçar os seguintes objetivos para a pesquisa:

**a) Geral:**

Traçar um mapa dos canais de TV por assinatura existentes na Região Nordeste, buscando identificar as opções tecnológicas, os modelos de negócios, o perfil dos assinantes e as relações com o poder local e as estratégias de identidade local-regional.

**b) Específicos:**

- Levantar e sistematizar os dados disponíveis em diversas fontes sobre as TVs por Assinatura no Nordeste, por estados e cidades;
- Identificar as tecnologias de transmissão utilizadas pelos canais e sua relação com o perfil informado dos assinantes;
- Identificar os modelos de gestão das operadoras de TV por Assinatura em cada Estado e suas relações com os canais locais;
- Identificar as vinculações de propriedade e/ou associação comercial com as operadoras de TV nacionais e estrangeiras, bem como com as elites do poder local;
- Identificar o cumprimento da Lei 12.485 de 12 de setembro de 2011, que objetiva priorizar o conteúdo nacional, regional e local.

Através do Panorama de TV por Assinatura, lançado pela Anatel em 2012, foi possível fazer um paralelo entre as operadoras que atuavam na região Nordeste, um levantamento minucioso na conferência e atualização de alguns dados. A partir deste período foi identificado que algumas tecnologias e grandes grupos econômicos não estavam inseridos no material. Procedeu-se, então, ao cruzamento de dados, por meio de análise documental de relatórios técnicos, estatísticos e analíticos disponíveis nas seguintes fontes: Anuário Mídia Fatos 2012 (publicação da ABTA); Panorama de Serviços da Anatel- 2012; site do Ministério das Comunicações; Anuário da Propaganda; Anuário de Pesquisa de Mídia; Ipea; IBGE; e outros sites, como Donos da Mídia, Fórum Nacional de Democratização da Mídia e outros além de revistas e artigos especializados, como Meio e Mensagem, Pay-TV, Tela Viva, ProXX Mídia, Teletime e alguns blogs especializados no tema proposto.



A partir desse amplo levantamento documental de dados objetivos, algumas observações e mudanças no setor foram percebidas, principalmente depois da Lei 12.485/2011, que prevê o aumento no conteúdo da programação nos canais das Operadoras de TV por Assinatura, além de regular o setor, de forma a valorizar o conteúdo brasileiro, desenvolver produtoras independentes e assegurar a livre concorrência. Com a lei o setor de telecomunicações passou a ser denominado de Serviço de Acesso Condicionado (SeAc) e todas as opções tecnológicas do setor de TV segmentada passaram a seguir apenas uma legislação. A análise dessa lei também foi um procedimento metodológico que facilitou a visualização das diversas mudanças ocorridas no setor.

Desde a compra de grandes grupos econômicos, as Operadoras de Televisão de determinados Estados tiveram que se desfazer das ações para não ser configurada a propriedade cruzada. Além disso, foi possível fazer cruzamentos e interpretações que resultarão em análises qualitativas em profundidade, com base nos referenciais teóricos da EPC e das GC.

Alguns sites institucionais, tanto das operadoras de televisão quanto de programadoras e de canais locais foram acessados, a fim de arquivar o máximo de informações e fazer o cruzamento de dados, para que a pesquisa ao final esteja coesa no que se refere aos objetivos traçados. Como essas operadoras avançam no Nordeste brasileiro, visto que a maioria é de capital estrangeiro, e como se dá a evolução da base de assinantes nos nove estados aqui pleiteados a analisar? Como as Políticas de Comunicação do Brasil têm se orientado para o setor das telecomunicações, no segmento TV por Assinatura? Foram muitas as perguntas que guiaram esta pesquisa, mas nem todas puderam ser respondidas no âmbito de uma dissertação de mestrado.

## **1. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA, TEÓRICA E TECNOLÓGICA**

A trajetória da TV por Assinatura no Brasil é indissociável das políticas e regulações adotadas para a radiodifusão e para as telecomunicações, que desde os seus primórdios têm sido fortemente “contaminadas” pelas relações entre o Estado brasileiro e os interesses privados. De acordo com Ramos e Martins (1995, p.140-168), a história da radiodifusão brasileira é recheada de episódios políticos suspeitos, que aliam prestígio político às liberações das concessões públicas de rádio e televisão. Assim, para compreendermos o avanço da TV por Assinatura como um segmento da radiodifusão, torna-se necessário refazer um pouco do caminho histórico sobre as opções que o Estado brasileiro fez desde a



organização das telecomunicações, nos anos 1960, até as privatizações de grande parte do seu patrimônio, as empresas estatais, nos anos 1990.

A questão das telecomunicações do Brasil começa com a reestruturação de diversos setores como energia, transportes, telefonia e a infraestrutura como um todo, inclusive a questão econômica. Tais mudanças faziam parte do processo estratégico do país a longo prazo, iniciado depois da II Guerra Mundial, pelo presidente Getúlio Vargas e em seguida continuada por Juscelino Kubitschek, João Goulart e pelos governos militares, a partir do Golpe de 1964. Desta forma, as telecomunicações na década de 1960, passam a ser componente necessário para dar seguimento às políticas anteriormente adotadas para o processo de industrialização. Até então, a concentração do mercado de telefonia era desproporcional à população do país.

Os serviços de telecomunicações, no Brasil, apresentavam uma situação de extrema precariedade, no início da década de 1960. O país possuía, então, menos de 1,3 milhão de telefones frente a uma população de 74 milhões de habitantes. A média de 1,7 telefones por 100 habitantes encobria ainda uma enorme disparidade regional (PESSINI, 1986, p.116).

A maioria das linhas telefônicas encontrava-se na região Sudeste, entre os estados de Rio de Janeiro e São Paulo. Os serviços de telefonia podiam ser executados por qualquer empresa que tivesse a outorga de licença para explorar as telecomunicações, e as autorizações poderiam ser dadas tanto pela União quanto por estados ou municípios. Durante esse período havia mais de 800 concessionárias de telefonia, mas quem detinha a maior parte do mercado era a Companhia Telefônica Brasileira (CTB), uma empresa privada com investimentos de capital canadense que era a operadora responsável pelos serviços de telefonia do Rio de Janeiro e de São Paulo, e a Companhia Telefônica Nacional (CTN), que também contava com capital privado estrangeiro e prestava serviços para o Rio Grande do Sul.

Assim, o capital estrangeiro era forte e o mercado brasileiro dependia de toda a estrutura tecnológica e financeira de outros países. Mais de 90% dos equipamentos utilizados eram oriundos das importações, que havia passado por mudanças na década de 1950. Das multinacionais instaladas no Brasil, os destaques eram a Ericsson, Siemens, Standard Elétrica (SESA) e Philips, todas responsáveis pelas importações dos equipamentos tecnológicos que o Brasil necessitava.

Desta forma, o resultado era a desorganização do setor, por falta de planejamento para coordenar a área de telecomunicações no território brasileiro. Sem organização a situação só agravava. O acesso ao serviço cada vez mais reduzido, as operadoras do sistema não entravam



em entendimento, porque não havia regulação no setor, o que dificultava ainda mais a comunicação entre elas. Como a diversidade entre as instituições era grande, o padrão técnico de cada empresa dificultava a interligação entre os serviços nas diversas cidades brasileiras. O custo do serviço de telefonia no Brasil ficava cada vez mais alto, as tarifas estavam sempre à mercê das pressões políticas, o que gerava mais obstáculos tanto para a integração dos serviços quanto para possíveis investimentos, segundo Pessini (1986).

Com a criação do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), mediante a Lei 4.117 de 1962, o setor passava a ser regulamentado por uma política que previa a padronização técnica entre as diversas concessionárias existentes. Desta forma, o país antes desregulamentado no segmento (pois estados, municípios e União estavam aptos a autorizar concessões) passava a ter uma política nacional, que incluiria a criação de um Sistema Nacional de Telecomunicações (SNT), com o objetivo de unificar e expandir a rede já existente, interligando as diversas regiões do país.

A partir da criação do CBT todas as operações interurbanas e internacionais passariam a ser feitas por uma empresa pública, a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), criada 1965. Para isso,

o governo concentrou-se na expansão e modernização do sistema de transmissão interestadual e internacional. Do lado da indústria de equipamentos, não houve medidas diretas, mas apenas o aumento de demanda decorrente da expansão do setor e, conseqüentemente, das encomendas à indústria, que eram atendidas basicamente por importações. Nesse período, ficou clara a debilidade da rede de telefonia local, que passou a constituir-se como o gargalo do sistema. A dispersão e a diversidade de situação das concessionárias eram um empecilho ao desenvolvimento dos serviços interurbanos e internacionais, já que as implantações dos troncos da Embratel não funcionariam caso os sistemas locais não tivessem condições técnicas de serem ligados entre si (SZAPIRO, 2005, p.139).

Durante o regime militar foram adotadas medidas que serviram de base para organizar o sistema brasileiro de telecomunicações. Em 1966, o governo brasileiro comprou a Companhia Telefônica Brasileira (CTB) e no ano seguinte criou o Ministério das Comunicações (Minicom), por meio de uma reforma administrativa empreendida pelo governo através do Decreto-Lei nº 200/67. A partir de então, as concessões que antes estavam a cargo das esferas federal, estadual e municipal passavam a ser somente responsabilidade da União.

Como medida organizativa do sistema, o governo federal cria, através da Lei 5.792 de 1972, a Telecomunicações Brasileiras S.A. (Telebrás), uma empresa brasileira de capital misto subordinada ao Ministério das Comunicações. A partir da Telebrás, as inúmeras



concessionárias espalhadas pelo país iriam constituir um sistema nacional de telecomunicações que atendia a um único ponto central, através do controle indireto do Ministério das Comunicações. E os recursos financeiros do Fundo Nacional das Telecomunicações, que antes eram geridos pela Embratel, foram transferidos para a nova empresa que organizaria as telecomunicações no país.

A estratégia para a formação da Telebrás como uma *holding* do sistema, visava criar condições para o planejamento da expansão do setor e para a redução do número de concessionárias de 800 para 22, sendo uma concessionária por Estado. Esta meta foi atingida no ano seguinte, em 1973, quando então a Telebrás passou a ter o controle acionário das empresas de telefonia, e a exercer uma grande influência sobre a indústria de equipamentos de telecomunicações na medida em que detinha o monopólio do poder de compra. Em 1974, com o Decreto 74.379, a Telebrás passou a ser designada “concessionária geral” para a exploração dos serviços de telecomunicações em todo o território nacional. Nesse momento, o Estado tornou-se responsável pela exploração monopolista dos serviços no setor de telecomunicações. Em meados daquela década, os esforços de coordenação empreendidos pelo Minicom e a consolidação da Telebrás deixavam clara uma situação de completa dependência tecnológica do setor de telecomunicações brasileiro em relação ao exterior (SZAPIRO,2005,p.128).

Com a centralização na Telebrás, o governo passa a ter na estatal o poder de compra, fundamental para a organização do setor, e começa a impor a padronização tecnológica, que permitiu a formulação de uma política industrial para o setor associada aos planos nacionais de desenvolvimento. O segundo plano aplicado dos anos de 1975 a 1979 que deu prioridade aos setores de infraestrutura, em especial nas telecomunicações, previa autonomia tecnológica e a independência dos equipamentos de outros países, minimizando as importações.

Entre as décadas de 1980 a 1990, o Brasil vive um período de difícil da economia, na tentativa de controlar a inflação e implantar políticas públicas que auxiliem o desenvolvimento econômico, industrial e tecnológico. Em 1990, o primeiro presidente escolhido por voto direto, desde o Golpe civil-militar, Fernando Collor de Mello, assumiu o governo propondo a adesão às políticas neoliberais, visando reduzir ao mínimo a intervenção do Estado, deixando a lei de mercado agir. O postulado da “abertura de capital” como nova base econômica iniciava a era das privatizações (uma tendência mundial acrescida da quebra de monopólios, público ou privado), fragilizando de certa forma a indústria nacional diante da concorrência internacional.

As primeiras empresas a serem privatizadas pelo Plano Nacional de Desestatização (PND) foram as da indústria extrativa e de transformação (siderurgia, petroquímica, fertilizantes e mineração). Já as empresas que prestavam serviços públicos, como a Telebrás, foram privatizadas alguns anos depois, já no governo de Fernando Henrique Cardoso. No que



se refere à Telebrás, existiam alguns impedimentos jurídicos, pois era vedada a entrada de agentes privados no fornecimento de serviços de telecomunicações no Brasil. A Constituição de 1988 possui um parágrafo (XI) no Art. 21 estabelecendo que cabia à União a exploração de diversos serviços, entre os quais os telefônicos, telegráficos de transmissão de dados e demais serviços públicos de telecomunicações. No entanto, este perdeu a validade depois que o Congresso Nacional aprovou a Emenda Constitucional número 8, de 1995, que acabou com o monopólio estatal das telecomunicações. Era o pontapé que faltava para a primeira etapa inicial do processo de privatização da Telebrás (Szapiro, 2005).

No governo anterior (Sarney), o setor de telecomunicações não havia recebido investimentos, o que provocou (deliberadamente) a estagnação do setor. É nesse governo que começam os primeiros ensaios para dar início à privatização das telecomunicações. Mas é a partir do governo Collor que a tendência a privatização aumenta, pois havia a promessa de pagamento da dívida externa, assim como seguir as orientações financeiras do FMI - Fundo Monetário Internacional, que sob a justificativa de controlar a inflação exigia a privatização dos setores estratégicos da economia do Brasil.

De acordo com Dantas (2002), é com a chegada do governo Collor ao poder que toda a política de incentivo à indústria nacional, os investimentos para as pesquisas, assim como as tecnologias são cada vez mais escassas. A diminuição dos incentivos à Telebrás prossegue com a saída de Collor e a chegada de Itamar Franco, que em doses homeopáticas, passou a estimular cada vez mais os processos de privatização das telecomunicações. É através da Lei de Licitações a 8666/93, que o movimento tenta ganhar força. Mas somente a partir da chegada de Fernando Henrique Cardoso e a aprovação da emenda número 8, conhecida como Lei Mínima, que o processo jurídico da privatização das telecomunicações brasileiras vai acontecer de fato. Em suma,

Durante o Governo Collor, o Plano Nacional de Desestatização (1990) abriu a economia do país para o fluxo de capitais internacionais, atentos às possibilidades de ganhos com a venda das estatais brasileiras, e com o potencial no desenvolvimento de um mercado tão representativo. No Governo de Fernando Henrique Cardoso, foi reafirmado o projeto de privatizações das telecomunicações, intensificando-se o processo, a partir da promulgação da Lei Mínima, em julho de 1996. Em 1997 é criada a Lei Geral das Telecomunicações (LGT), redefinindo a legislação do setor e efetivando a liberação para a privatização do Sistema Telebrás, a partir da venda em separado, das concessionárias regionais, em leilão que acontece em 1998. No mesmo ano de 1997, foi criada a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), agência que será responsável pela condução do processo de privatização no setor, e que deveria deter um papel importante na dinâmica do mercado das telecomunicações (SANTOS, 2008, p.130).



Entre as principais causas que levaram à quebra do monopólio nas telecomunicações, há um modelo, citado por Bolaño (2001), que identifica quatro elementos fundamentais das mudanças no setor.

Dois, de ordem tecnológica – desenvolvimento da telemática e ampliação do número de sistemas de distribuição alternativos, como os satélites, os sistemas de cabos de banda larga, fibras óticas, micro-ondas etc. –, abrem a possibilidade de entrada de novos tipos de agentes no setor, garantindo uma grande heterogeneidade dos serviços oferecidos, tanto domésticos como empresariais, e a expansão da comunicação empresarial, esta última, ligada também a um terceiro: o desenvolvimento, na prática dos negócios, das operações transnacionais e multi-planta e, em especial, a internacionalização do setor financeiro, que transforma as telecomunicações em um recurso da mais alta prioridade para as empresas, tanto no que se refere aos custos, quanto à eficiência e à competitividade da firma (Garnham, 1991, p. 139 e seg). Há ainda um quarto elemento, de ordem estratégica, que precisa ser enfatizado. Segundo o autor, a estreita relação entre os monopólios nacionais de exploração e as indústrias nacionais de equipamentos foi se tornando crescentemente problemática, dado o aumento dos custos de pesquisa e desenvolvimento, o que faz com que os mercados domésticos sejam insuficientes para a amortização dos investimentos necessários. Essa situação levou analistas industriais, nos anos 80, a prever que, em meados dos 90, apenas três companhias dominariam o mercado mundial de equipamentos de comutação. A percepção dessa tendência leva, segundo Garnham, tanto a ações para a criação de um mercado unificado na área por parte da União Europeia, quanto a acordos bilaterais (BOLAÑO, 2001, p.6).

Assim, a pressão externa e interna para a abertura de mercado regulamentada nos serviços de telecomunicações no Brasil culminou com a aprovação da Lei Geral de Telecomunicações (LGT) nº 9472/97, de 16 de julho de 1997, que substituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962, que passou a vigorar somente para a radiodifusão. A partir deste marco regulatório, estava criada a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em novembro de 1997, e também regulamentados, entre outros serviços, o DTH e o MMDS. A Anatel foi criada como uma autarquia que tinha por objetivo controlar e coordenar as ações e responsabilidades dos operadores de serviços, no que se refere ao planejamento, fiscalização e normatização. Assim, o que antes era responsabilidade do Minicom passava a ser da Anatel, assim como a celebração e gerenciamento dos contratos de concessão. Entretanto, quando aconteceu a privatização da Telebrás, a Anatel tinha poucos meses de instalada e a estrutura regulatória ainda não estava totalmente consolidada, o que gerou alguns conflitos em relação ao leilão da estatal das telecomunicações.

A justificativa do Governo Federal, sob a responsabilidade do presidente Fernando Henrique Cardoso, para as privatizações era o acesso universal aos serviços básicos de telecomunicações, que aumentaria as possibilidades quantitativas de oferta de serviços, além



de tentar garantir a diversidade, a qualidade e a cobertura territorial, tudo isso através da concorrência entre os prestadores de serviços a preços razoáveis para os serviços de telecomunicações. Em 1998, o sistema Telebrás foi a leilão, seguindo um modelo de divisão dos serviços em três regiões geográficas, com uma quarta região destinada à privatização da Embratel. Após esse processo de privatização, a Telebrás ficou dividida em 12 holdings, sendo oito de telefonia móvel e quatro de telefonia fixa, conforme quadro a seguir.

### Quadro1: Leilão de privatização da telefonia fixa

Telefonia Fixa					
Concessionária	Preço mínimo	Comprador	Preço pago	Ágio	Outros interessados
<b>Telesp</b>	R\$ 3,52 bilhões	Telefónica de España	R\$ 5,783 bilhões	64,29%	Telecom Italia, Globo e Bradesco (proposta de R\$ 3,965 bilhões)
<b>Tele Centro Sul (Brasil Telecom)</b>	R\$ 1,95 bilhão	Banco Opportunity, com fundos de pensão e Telecom Italia	R\$ 2,07 bilhões	6,15%	a Telefónica de España apresentou proposta, desclassificada, porque o consórcio havia vencido a disputa pela Telesp fixa
<b>Tele Norte Leste (Telemar)</b>	R\$ 3,4 bilhões	AG Telecom (Telemar)	R\$ 3,434 bilhões	1%	o consórcio liderado pelo banco Opportunity. Sua proposta foi desclassificada porque o consórcio venceu a Tele Centro Sul. O ágio foi o menor obtido na venda das 12 holdings do Sistema Telebrás. Depois do leilão, o BNDES entrou com 25% do capital.

Fonte: Bolaño (2000)

### Quadro 2: Leilão Privatização Telefonia móvel

Telefonia móvel (celular)				
Concessionária	Preço mínimo	Comprador	Preço pago	Ágio



Universidade Federal de Sergipe

<b>Telesp Celular</b>	R\$ 1,1 bilhão	Portugal Telecom	R\$ 3,588 bilhões	226,18%
<b>Tele Celular Sudeste</b>	R\$ 570 milhões	Telefónica de España	R\$ 1,36 bilhão	138,6%
<b>Telemig Celular</b>	R\$ 230 milhões	Consórcio Telepart Participações S/A -Telesystem International Wireless, operadora canadense de telefonia celular (49%), banco Opportunity (27%) e fundos de pensão	R\$ 756 milhões	228,7%
<b>Tele Celular Sul</b>	R\$ 230 milhões	UGB Participações (União Globo Bradesco, com 50%) e Bitel (Telecom Italia, com 50%)	R\$ 700 milhões	Ágio: 240%
<b>Tele Celular Nordeste</b>	R\$ 225 milhões	UGB participações (União Globo Bradesco, com 50%) e Bitel Participações (Telecom Italia, com 50%)	R\$ 660 milhões	193,33%
<b>Tele Celular Centro Oeste</b>	R\$ 230 milhões	Splice do Brasil	R\$ 440 milhões	91,3%
<b>Tele Leste Celular</b>	R\$ 125 milhões	Iberdrola e Telefónica de España	R\$ 428 milhões	242,4%
<b>Tele Norte Celular:</b>	R\$ 90 milhões	Telepart Participações S/A_ Telesystem International Wireless, operadora canadense de telefonia celular (49%), banco Opportunity (27%) e fundos de pensão	R\$ 188 milhões	108,8%



**Fonte:** Bolaño (2000)

A política de desestatização das telecomunicações no Brasil, de acordo com Bolaño & Farias (2000), foi um dos mais rentáveis em termos de organização e financeira. O governo previa arrecadar R\$ 13 bilhões com a venda do capital da estatal e conseguiu chegar a R\$ 22 bilhões, um ágio de 63,7% sobre o preço mínimo estipulado. Só a Embratel, que teve o preço mínimo estipulado em R\$ 1,8 bilhão, foi vendida para a MCI International (dos EUA) por R\$ 2,65 bilhões (ágio de 47,22%). A justificativa do valor arrecadado com a venda é atribuída tanto à quantidade de participantes quanto à demanda reprimida da oferta de serviços. Os investimentos que o Brasil fez em tecnologia, indústria no sistema de telecomunicações, conforme destacado por Santos & Silva (2006), que ressaltam: “depois de investir durante mais de vinte anos no setor à custa de pesados empréstimos internacionais e que, após estruturar e viabilizar de fato redes importantes de comunicação, [o governo brasileiro] entregou novamente o setor ao capital privado, e a maior fatia ao capital estrangeiro”.

Para Bolaño (2007, p.69) “a abertura total do setor de telefonia, aliás, apresenta também uma contradição, pois a lei de TV a Cabo de 1995, que a define como serviço de telecomunicação, só permite a participação do capital estrangeiro em até 49% do capital o que já representa, por seu lado, uma enorme abertura em relação ao que ocorria em relação à radiodifusão”.

### **1.1. Reestruturações do Estado e do capital nos anos 1990**

Quando a TV por Assinatura foi implantada no Brasil, o mundo passava por uma nova fase de reestruturação do capitalismo avançado, marcada pela implantação do neoliberalismo associado a um modelo de “Estado Mínimo”. A globalização era um tema de grande discussão em todos os aspectos, seja político, econômico, ou da comunicação – mais especificamente, das telecomunicações, que diz respeito ao objeto desta dissertação. Desta forma, não podemos deixar de ressaltar a doutrina em que se baseia a globalização e a abertura de mercado, a doutrina liberal, base teórica e ideológica do projeto neoliberal encampado pelos sucessivos governos brasileiros desde o início da redemocratização.

É importante ressaltar que o neoliberalismo tem suas origens na vertente teórica liberal defendida por Adam Smith, na obra *A Riqueza das Nações*, de 1776. Para Smith, o sistema capitalista tinha a responsabilidade da gerência de uma “mão invisível”, isto é, composto de



aparelhos extremamente racionais e eficazes que permitiriam a autorregulação das condições socioeconômicas de uma sociedade. Assim, caberia ao Estado apenas a execução dos contratos e a garantia de manutenção da estrutura da propriedade privada. Mas a crise econômica de 1929 expôs um sistema que não conseguia manter sozinho uma economia de forma organizada. A partir deste momento considera-se a possibilidade de intervenção do Estado para zelar pelo bem-estar da sociedade (Welfare State) e a ordem política e econômica. Mais de quatro décadas depois, em 1973, uma nova crise econômica ocorreria, levando os países capitalistas a enfrentarem uma recessão econômica, da inflação à instabilidade.

É a partir desse momento histórico de crise que de fato surge o neoliberalismo, baseado nas ideologias de Friedrich Hayek e seus companheiros, que comungavam da mesma base teórica ganharam força. Um dos países pioneiros a utilizar o programa neoliberal foi a Inglaterra, durante o governo de Margareth Thatcher, em 1979. Em seguida, as medidas neoliberais foram se espalhando pelos diversos países capitalistas, pelas mãos do presidente Reagan, nos Estados Unidos, em 1980, e de Helmut Kohl, na Alemanha, em 1982. Com a adesão às práticas neoliberais, a nova cultura capitalista começava a se consolidar, e passou a ser utilizada como sustentação política e ideológica para a globalização econômica.

O neoliberalismo é utilizado como ponto em questão para este trabalho, pois é através da política neoliberal que se explica às privatizações no Brasil - ponto chave para explicar as políticas das telecomunicações no país. Vale ressaltar, porém, que desde a década de 1970 já havia movimentos modificando a lógica da economia e expandindo o capital transnacional, processo este denominado globalização. Neste contexto, diversos elementos são aglutinados dentro da política econômica liberal, fazendo com que as teorias de Marx e Gramsci recebam novos contornos.

A onda neoliberal deriva do fato dos Estados nacionais serem obrigados a se submeter às exigências do capital internacional, do capital financeiro, do capital que se globaliza. Nessas condições enfraquecidas, os Estados passam a disputar entre si os fluxos do capital internacional que passa a ditar as regras do jogo. Na medida em que o Estado nacional se enfraquece diante do capital globalizado, e dado que isso se traduz num determinado grau de incapacidade de coordenação com vistas à saída da crise ou mesmo sua administração no sentido de evitar desastres mais graves, vem imediatamente a questão da eventual construção de algo como um Estado global, capaz de efetivamente garantir a estabilidade do sistema frente às tendências destruidoras da concorrência entre os capitais individuais e os entes estatais nacionais capitalistas. Como é sabido, até o momento tal perspectiva não evoluiu (BOLAÑO; BRITTOS, 2009, p.4).



O início da entrada de capital estrangeiro em qualquer país traz como consequência a real necessidade de flexibilidade no que se refere à regulamentação. Isso porque é notório que a cultura anti-estado atua a favor da desregulamentação de atividades econômicas e da decomposição dos monopólios de serviços públicos. Sendo assim, os estados nacionais passariam a obedecer à lógica liberal, mantendo um sistema altamente competitivo e assegurando o fluxo de capitais.

[...] desde a década de 70, o capitalismo vem passando por um processo de reordenação, identificando-se alterações na estrutura das empresas e em suas relações com os trabalhadores, bem como sua disposição e distribuição geográficas de tarefas, coincidindo com a mudança do papel do Estado e a abertura de novos espaços para os capitais privados. Em parte, isto deve-se à chamada globalização, que atende a um movimento de expansão do capital, seja através da progressiva ocupação de novos espaços para inversão, por parte das corporações transnacionais, seja através do aumento do fluxo livre do capital diretamente financeiro. O outro item definidor da reestruturação capitalista é a política neoliberal, a qual, via liberalização, privatização e desregulamentação, abre novos espaços para atuação do capital, que passa a ocupar lugares até então de privilégio do Estado (BRITTOS, 2000, p.1-2).

A flexibilização dos mercados nacionais passa a ser garantida através de uma política econômica liberal na qual era necessário que os países ditos periféricos garantissem a máxima abertura de capitais, porque a partir daí organismos internacionais criariam ambientes em que a lógica da acumulação de capital estivesse resguardada. Sob a justificativa do ‘ajuste econômico’ e do enxugamento da máquina estatal, o neoliberalismo surge nos países periféricos como a solução para resolver os problemas econômicos. No entanto, é a partir da permissibilidade das portas de mercado abertas que se instaura a contrapartida em troca dos recursos estrangeiros emprestáveis. Ou seja, a partir dos empréstimos dos organismos internacionais os países precisavam abrir mercado para o capital privado, assegurando o investimento que estava sendo feito e através do qual, onde antes havia apenas o gerenciamento estatal, abria-se o mercado ao comando da gestão privada (PAIM, 2000).

Através das privatizações, ou seja, da venda do patrimônio de um país ao capital privado, gera-se uma nova forma de competitividade global de mercado, sob as justificativas de que as privatizações gerariam uma possível redução de impostos; o estímulo à competição do mercado interno, que seria responsável pela melhora nos serviços prestados e por maiores investimentos e rendimentos, possibilidades de progresso e conquistas individuais, que representariam menos custos sociais para os cofres públicos (PAIM, 2000).

O setor rebocador do desenvolvimento econômico— o do capital monopólico— exige crescentes investimentos infraestruturais, dessa forma, “o Estado fornece uma cota de capital constante, que contribui para frear a queda da taxa média de lucro”, e assim provoca desvio da verba que



inicialmente estava voltada para despesas de cunho social (GOZZI, 1993, p. 405).

O questionamento das privatizações ocorre pelos efeitos sociais nocivos, apesar de haver injeção de recursos no mercado interno, porém essa lógica não chega a todas as classes sociais, reforçando a lógica de acumulação do capital. Bolaño (1999, p.79) alerta para a globalização, “um movimento do capital, que aparece sob o manto do chamado neoliberalismo, mas cujo significado vai além dessa mera aparência, a qual apenas traduz, no nível ideológico, uma mudança estrutural bem mais profunda”. Portanto, é esta perspectiva da economia política, em diálogo com a Geografia Crítica, que subsidia a abordagem das privatizações no Brasil, da abertura do mercado internacional para as telecomunicações e a análise regional das telecomunicações no Nordeste brasileiro.

### 1.2. O lugar da TV nos estudos da EPC e da comunicação regional

A televisão tem sido estudada no Brasil por várias perspectivas e abordagens metodológicas, das quais interessam para esta pesquisa apenas aquelas referentes à sua inserção nas indústrias culturais e na comunicação regional. No primeiro caso se inserem os estudos críticos da Economia Política da Comunicação (EPC), fundamentais para a compreensão dos processos regulatórios que marcam a implantação da TV por Assinatura no país, bem como a inserção desta na dinâmica das indústrias culturais contemporâneas. Da segunda, interessam as ainda restritas reflexões sobre o papel da TV na comunicação regional.

A Indústria Cultural - que estuda os “efeitos da massificação e mercantilização da produção de bens culturais” (MARCONDES FILHO, 2009) - é uma expressão da Sociologia do século XX cunhada pelos teóricos da Escola de Frankfurt e está compreendida na Teoria Crítica da Sociedade, que por sua vez também influenciou a formulação de uma corrente crítica da Geografia. De acordo com MARCONDES FILHO (2009, p.185), a Indústria Cultural não é exatamente uma indústria, nem cultura especificamente, mas “um sistema de standardização e racionalização de processo de difusão”; “um instrumento hipersensível de controle social”; “uma nova forma de fazer política e se exercer o poder na atualidade”.

Para Bolaño (2004), a Indústria Cultural no Brasil surge na cavidade das transformações da economia, da política e das relações institucionais derivadas do capitalismo monopolista. E só podemos abordá-la como existente no País a partir de 1965, com o surgimento de uma concorrência de mercado. Cada indústria cultural assume uma forma específica, ou seja, cada instituição privada individual “adotará estratégias de segmentação,



que são adequadas, de um lado, aos interesses de diferenciação de produto e seus anunciantes, aos quais vende determinada mercadoria audiência, e, de outro, às necessidades de diferentes estados do público consumidor” BOLAÑO (2010).

Entretanto, a indústria cultural não se limita à televisão, compreendendo também as indústrias fonográficas e cinematográficas, o teatro, o rádio, os jornais impressos, os livros publicados. Para Coelho (2006), a indústria cultural brasileira é a indústria do divertimento e não da ponderação dos acontecimentos da vida no dia a dia. Mas este autor pondera que, considerando que “seria de todo insuportável” se a produção cultural reproduzisse, o tempo todo, todos os problemas com que o ser humano se defronta em sua vida comum,

(...) deve-se observar que a indústria cultural no Brasil não está tão distante assim dos temas do dia-a-dia e que ela se apresenta mesmo, guardadas as proporções, como instrumento de combate, contra aquela parte dela mesma voltada para a cultura estrangeira. Por mais primários que possam ser, programas como os das novelas têm tudo para atrair grande parcelas da população e afastá-las dos produtos estrangeiros (COELHO, 2006, p.84).

Valério Cruz Brittos (2001) afirma que no final do século XX houve um avanço substancial do mercado no campo da comunicação. Tal crescimento se deu pela influência do Estado, o que contribuiu decisivamente para aceleração dos processos tecnológicos dos media. Nos anos 1980, a valorização do capital nas indústrias de mídia transformou o mercado da comunicação. Isso porque, as mercadorias passaram a ser produzidas em larga escala, através de discos musicais, filmes, telenovelas, vídeos e a distribuição passou a ser globalizada, compartilhada com o auxílio das novas tecnologias da comunicação que surgia, fosse através do cabo – com o apoio do Estado, principalmente através da estrutura física ou distribuição gratuita de concessões, no caso do Brasil - ou satélite, as ofertas dos produtos midiáticos passavam a percorrer o planeta.

“Beneficiada” pelo progresso das tecnologias da comunicação, a televisão vem agregando diversos recursos tecnológicos ao longo tempo. No Brasil, o seu desenvolvimento é dividido em quatro fases, segundo Mattos (2002). A primeira, situada no período de 1955 a 1964, é caracterizada de elitista, pois nessas décadas apenas um grupo reservado tinha recursos para comprar os aparelhos de TV, que eram muito caros. Para Bolaño (2010), a televisão nasceu essencialmente regional, mas a publicidade não atingia os desejos e prioridades dos anunciantes da época. Na segunda fase, de 1964 a 1975, quando o custo dos televisores foi reduzido, as classes C e D começaram a ter acesso à TV, sendo que em 1969 é inaugurada a primeira rede nacional de TV; a terceira fase, de 1975 a 1988, é considerada como o “triunfo tecnológico”, pois através do satélite Brasilsat a televisão se expandiu até os



limites da Floresta Amazônica. A partir de 1988 tem início a fase de expansão internacional, quando as novelas televisivas passam a ser exportadas. Uma quinta fase poderia ser acrescentada a essa categorização temporal, com a implantação da TV paga no Brasil, em 1995.

Souza (2006, p.272-273), por sua vez, discute os argumentos acerca da influência benéfica ou maléfica da televisão. A ótica da agenda negativa é analisar a televisão como o grande mal da civilização, cuja cultura do espetáculo não cessa e a sociedade tem apenas acesso às superficialidades. Em contraponto, a visão positiva considera a TV como um “dispositivo cultural e indústria”, procurando compreender suas formas lógicas e conexões e como “meio central da comunicação contemporânea, uma vez que a tela televisiva se tornou o local de visualidade que ritualiza formas de interpretar o mundo, e classifica as maneiras de ver socialmente aceitas”. Já para Bucci (2000), a televisão é o meio de comunicação de maior influência, porque toda veiculação pode afetar o comportamento cultural de uma sociedade. Entretanto, é preciso pontuar que,

A integração nacional “física” iniciou com a implementação de melhorias no setor de transporte e a criação de meios de comunicação, decorrentes da industrialização do país, e concretizou-se depois da Segunda Guerra Mundial. A integração “simbólica” amadureceu no período da ditadura militar, iniciada em 1964, com programas socioeducacionais nacionalistas. Estas mudanças ocorreram a partir das regiões Sudeste e Sul, onde as formas produtivas capitalistas foram incorporadas pioneiramente, proporcionando um desenvolvimento localizado que as diferenciaria de outras partes do território (PINTO, 2012, p.4).

O resultado foi com que, com o passar dos anos e o apoio do Estado, a infraestrutura construída com os recursos públicos foi ‘cedida’ ao setor privado, contribuindo para o aumento do capital das indústrias midiáticas, fazendo com que esse segmento funcionasse na mesma lógica das outras empresas, em “busca constante e frenética pelo efeito midiático”. O “redimensionamento da comunicação”, no entanto, deve-se também ao fato de que as empresas de cultura passam a desempenhar papel não só de unidades econômicas de valorização do capital de seus titulares, cada vez mais com origem em outros setores, inclusive devido à convergência, mas do mercado em geral, tendo em vista sua posição chave no processo de diferenciação. Assim, revelam-se sobrevalorizadas as entidades produtoras, programadoras e distribuidoras culturais, tendo seus ativos reposicionados e recebendo injeções de recursos (BRITTOS, 2001, p.49).

É nesse contexto de redimensionamento das indústrias de mídia que ocorre o crescimento do acesso da sociedade brasileira à TV por Assinatura, mas não de forma



equilibrada. Em 2013, a distribuição das assinaturas e assinantes apresentava o mesmo padrão de concentração e as mesmas disparidades regionais observáveis em outros indicadores econômicos e sociais do país (como educação, saúde, acesso à Internet etc.). O Sudeste aparecia em primeiro lugar, com 10.457.948 assinaturas, o que representava 61% das vendas do setor no Brasil, seguida da região Sul, com 2.598.656 (15%) e da região Nordeste, com 2.015.213 (12%).

Segundo Fadul (2006, p.24), um dos elementos mais importantes para a compreensão dos diferentes sistemas de mídia regional “são aqueles relacionados com os indicadores geográficos, demográficos, econômicos e educacionais”, sobretudo considerando que as telecomunicações – e a TV por assinatura em particular – são dependentes das estruturas e redes urbanas pré-existentes e do potencial mercado de consumo das cidades.

Na lógica da mídia regional brasileira analisada por Fadul (2007, p. 23-25), algumas mudanças positivas têm acontecido com o processo de desconcentração industrial, mas não tem sido suficiente, porque para a mídia regional evoluir é preciso antes enfrentar alguns problemas, a exemplo das questões econômicas, investimentos tecnológicos e aperfeiçoamento de recursos humanos. Entretanto, como lembra Fadul, para se compreender um sistema de mídia nesse contexto é necessário analisar alguns aspectos, como as assimetrias regionais no que se refere “a população urbana e rural, número de municípios, Produto Interno Bruto de cada região, o PIB per capita, o Índice de Desenvolvimento Humano e os indicadores do analfabetismo”.

Para entender a questão da mídia regional, Pinto (2014) propõe uma nova configuração deste segmento dentro dos estudos de mídia do Brasil.

O olhar sobre a mídia regional precisa ser reposicionado nos estudos brasileiros de comunicação, decorrente da valorização do contexto regional no país. Ele precisa superar perspectivas que atribuem aos diferentes espaços regionais uma uniformidade e atentar para as características destes mercados de comunicação, com perfis variados, no intuito de compreender o seu papel e a sua influência. A abordagem sistêmica sobre a mídia propicia um entendimento mais complexo deste cenário, sobretudo ao propor compreendê-lo em camadas, ao segmentar as diferentes mídias regionais em supraestaduais, estaduais e subestaduais e com isso apontar seus vínculos com grupos de referência nacional e com políticos (PINTO, 2014, p. 75).

De acordo com essa autora, o que se consolidou ao longo do tempo foi uma visão de que a mídia central, a dos grandes centros regionais do Brasil, como por exemplo, Sul e Sudeste, são as que produzem os conteúdos, cabendo à mídia regional apenas a transmissão desse produto confeccionado. Aguiar (2016), por sua vez, faz um apanhado crítico sobre o



tema da regionalização midiática no Brasil, abordando os principais conceitos da geografia, da comunicação, com destaque para propostas de mudanças nos padrões de regionalização que podem ser observados ao longo dos últimos anos, desde o projeto de lei da deputada federal Jandira Feghali (PC do B) do Rio de Janeiro até a política de ampliar e ‘regionalizar’ as verbas de publicidade do governo federal, controladas pela Secretaria de Comunicação Social da presidência da República (Secom).

Esse movimento de “regionalização” começa em 2003, por meio da pulverização das ações governamentais de comunicação e da descentralização dos investimentos em publicidade. Nesse ano, o governo federal institui diretrizes políticas de comunicação através do Decreto nº 4.799/2003, reiterado pelo Decreto nº 6.555/ 2008. O objetivo foi passar a divulgar as mensagens do poder executivo federal ao maior número de municípios, por meio da utilização de veículos com coberturas regionais, estaduais e locais, abrangendo as cinco regiões do País. O site da Secretaria de Comunicação (Secom) deixa claro os objetivos dessa regionalização midiática: “contribuir para a eficácia da comunicação do poder executivo federal; potencializar a visibilidade das ações, programas e políticas públicas; aproximar governo e cidadão; diversificar e desconcentrar os investimentos em mídia; e valorizar veículos regionais e fomentar a profissionalização dos mercados<sup>3</sup>”

No início da implantação dessa diretriz houve uma grande reação dos conglomerados de mídia, que teriam que repartir uma fatia publicitária que até então lhes era garantida. Mas os efeitos dessa política não foram imediatos. Somente em 2012, o site da Secom divulgou os resultados dessa “valorização de estratégias de comunicação regionalizada”, afirmando que esse foi um ano de anúncios abrangentes, pois peças publicitárias de diferentes órgãos do governo federal foram divulgadas em mais de 5 mil veículos de comunicação no País. De acordo com Roberto Bocorny Messias, secretário-executivo da Secom (em 2013), a regionalização da comunicação do governo federal é transparente e desconcentra a publicidade estatal.

Do total de 62% investido em televisão em 2012, 43% foram investidos na emissora líder, após ter caído a 41% em 2011, nível mais baixo já registrado. Este índice chegou a ser de mais de 60% em 2003. A participação nos demais canais abertos, emissoras regionais e de TV fechada subiu de 39% para 57% nos últimos nove anos. Isso é reflexo da mudança do perfil de audiência do país, mas também foi fruto da visão do executivo federal de promover a maior participação em diferentes canais e meios. Sempre

---

<sup>3</sup>Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/midia/resultados-da-comunicacao-regionalizada-2013-2012>



considerando as audiências. Na realidade, os investimentos do governo em televisão ficam abaixo da média dos percentuais praticados pelo setor privado no Brasil. Para melhor exemplificar o diferencial da atuação, basta citar que nas campanhas publicitárias de empresas privadas o peso do meio televisão nos últimos dois anos foi superior a 70%, acima dos 62% do governo federal. A indústria financeira chega a aplicar mais de 73% dos investimentos publicitários em televisão (MESSIAS, 2013).

Os critérios estabelecidos para que o governo federal investisse na ampliação e na desconcentração das verbas publicitárias começaram com uma estratégia para qualificação da gestão em mídia, a partir de 2002. Até então, cada órgão federal fazia a negociação publicitária individualmente, o que não dava visibilidade às ações governamentais como um todo. Em 2003 foi criado o Comitê de Negociação de Mídia, que se tornou responsável pela gestão das duas novas diretrizes para as ações de comunicação: desconcentração e regionalização. É com base nessas diretrizes que vamos investigar o quanto o governo federal investiu em mídia no Nordeste, e se houve concentração ou não nos grandes veículos, tanto nas capitais, quanto nos municípios que possuem o sistema de TV por Assinatura.

### 1.3. **Evolução tecnológica: das telecomunicações às plataformas digitais**

A TV por Assinatura no mundo surgiu em 1948, na cidade de Mahanoy, estado da Pensilvânia, nos Estados Unidos. Assim como nos demais locais, posteriormente, havia críticas ao sinal da televisão aberta gratuita, que era fraco, e à recepção dos televisores daquela cidade. A população de Mahanoy não conseguia assistir ao que era transmitido pela emissora mais próxima, que ficava na Filadélfia, a 96 km. Além disso, a geografia do local não facilitava que os sinais da transmissão chegassem sem interferência nas antenas que recepcionavam o sinal na cidade, porque a localidade possuía muitas montanhas. Na cidade de Mahanoy, o responsável pela criação de uma só antena para recepcionar o sinal e distribuir para muitas casas foi John Walson, um revendedor local de televisores. A estrutura para ampliar o sinal era esticar os fios entre os postes, colocar amplificadores para aumentar o sinal que chegava nas partes baixas dos morros, desta forma, estava criada uma antena de TV com várias linhas de fios metálicos, ou seja, uma TV a cabo.

A história também registra que na mesma época, porém, em Washington, na cidade de Astória, Ed Parsons teve a mesma ideia e assim começou a TV por assinatura nos Estados Unidos, em 1948, com a criação da TV a cabo, uma tecnologia desenvolvida inicialmente para resolver as barreiras geográficas que os sinais das televisões abertas não ultrapassavam. Para melhorar a recepção, alguns fornecedores utilizaram outros tipos de cabo, os chamados



cabo de quadras e cabo coaxial, que as companhias telefônicas usam, porque distribuem uma qualidade de sinal melhor. Para ampliar a indústria da televisão por cabos, os operadores expandiram os sinais, procurando emissoras de rede com estações independentes.

Durante cerca de 20 anos a TV a cabo expandiu-se, até a interferência da Federal Communications Commission (FCC), o órgão regulador do setor de comunicação dos EUA. O governo americano, com o objetivo de fortalecer as estações existentes, também tentava implantar estações locais de TV, utilizando a tecnologia UHF – que abrange o espectro do sinal aberto e através dos canais de 14 a 69 é possível sintonizar sem custo. Com o intuito de proteger as emissoras locais a FCC interveio de 1966 a 1972, igualando a concorrência entre a televisão por cabos e a TV aberta. Os sinais distantes passaram a sofrer restrições e os que tinham programação duplicada também. Dessa forma, os consumidores perderam o interesse pela TV a cabo, que antes possuía uma programação atrativa e original. Assim, a TV a cabo nos EUA, estagnava. Para não perder ainda mais a concorrência e ver a cartela de clientes esvaziar, os operadores de TV a cabo inovaram, oferecendo filmes e eventos esportivos em canais especiais, para cujo acesso ao consumidor teria que pagar uma taxa adicional mensal. Foi assim que a TV a cabo se transformou na TV por Assinatura.

Em 1972, a FCC instituiu uma série de regras para a indústria da TV a cabo, entre elas, que o sistema tivesse no mínimo 20 canais para ofertar ao consumidor, o que permitiria que os canais até então sem utilização pudessem ser ofertados na programação inicial. A restrição ao número de sinais distantes imposta em 1966 permaneceria.

A modalidade de TV por assinatura criada nos EUA teve como precursora a Home Box Office (HBO), a primeira rede norte americana de televisão por cabos que transmitiu uma luta de boxe em audiência nacional. Em seguida, outras operadoras iniciaram transmissões via satélite, como o empresário da TV Atlanta, Ted Turner, com a criação da *Cable News Network* (CNN), e assim sucessivamente. Na década de 1980 já existiam mais de 30 sistemas via satélite disponíveis nas redes de televisão por TV a cabo nos EUA, e cada operadora ofertava uma programação de canais própria, respeitando a regulação da FCC de no mínimo 20 canais. Com o rápido crescimento, no final dos anos 1980 os operadores de TV a cabo, passaram a utilizar os cabos de fibra ótica, em substituição aos cabos tipo coaxial. Um dos grandes benefícios em utilizar este cabeamento é a alta capacidade em transmitir informações rapidamente, em grande volume e por distâncias maiores, o que permitiu aumentar a quantidade de canais ofertados, a um custo de manutenção menor.



O sistema de comunicação norte americano regulava o crescimento da televisão por cabos através do ‘*O Cable Communication Policy Act*’, de 1984, um compromisso firmado entre as cidades americanas e a indústria do cabo. Para permitir a desregulação das tarifas, as cidades passaram a cobrar dos operadores de cabo uma taxa de franquia de 5%, que permitia a sobrevivência comercial do cabo. Em paralelo a isso, o Congresso americano proibiu, na época, que as companhias telefônicas possuíssem sistemas de TV a cabo.

Entretanto, o sistema de cabos começou a enfrentar a concorrência de outros sistemas de televisão paga, conhecidos como “TV a cabo sem fio” (*wireless cable*), bem como outros sistemas de satélite de transmissão direta (*direct broadcast satellite*, ou DBS, depois popularizados como DTH - *direct to home*), além dos sistemas *multichannel multipoint distribution system* – MMDS, que significa distribuição multiponto multicanal.

Com a concorrência pressionando, a FCC interferiu novamente na regulação do mercado, na década de 1990, através do ‘*o Cable Act de 1992*’, que obrigou as cidades americanas a abrir licitação para a franquia de cabo para mais de uma operadora, além de trazer de volta a regulação das tarifas. Depois de uma série de brigas judiciais, a participação do setor de telefonia no mercado televisivo, antes proibido pelo ‘*O Cable Communication Policy Act*’, de 1984, foi liberada. Entretanto, havia uma preocupação americana com os oligopólios e a propriedade cruzada.

A tecnologia TVC, popularmente conhecida como a televisão via satélite, consiste em um conjunto de canais que são transmitidos de determinado ponto da Terra para os satélites de comunicações, de onde são retransmitidos e captados por antenas parabólicas, que chegam até o receptor embutido em um aparelho de TV (Figura 1). A transmissão via satélite começa no momento em que o transmissor envia o sinal que será modulado em uma frequência específica para determinado satélite de comunicações. Nos Estados Unidos, a TV digital começou a ser implantada no início da década de 1990, e com a mudança tecnológica, novos serviços para outras modalidades foram surgindo.

### **Figura 1**



Fonte: Anatel<sup>4</sup>

Multichannel Multipoint Distribution System (MMDS) é um “serviço de distribuição multiponto multicanal” que utiliza micro-ondas para difusão de sinal de TV, e por isso funciona como uma tecnologia alternativa, principalmente em áreas afastadas dos principais centros urbanos, onde o cabeamento não é financeiramente viável. Por isso, essa tecnologia ficou conhecida como “cabo wireless”. Entretanto, nessa modalidade não pode existir barreiras geográficas ou físicas, como morros, montanhas ou prédios, porque o sinal do satélite que vai para o transmissor da operadora de MMDS é repassado direto para o receptor do assinante (ver Figura 2).

No Brasil, a tecnologia MMDS não conseguiu vencer essas barreiras, especialmente em áreas de pouca densidade populacional. Ocorre que a faixa de espectro ocupada pelo MMDS passou a ser disputada para a prestação da futura telefonia celular de quarta geração (4G), com as tecnologias LTE (um desdobramento da atual 3G) e Wi-Max. Isso começa a ocorrer com a abertura de mercado brasileiro da TV por assinatura para as empresas de telefonia. A primeira a fazer esse movimento foi a Telefónica de España, que comprou a TVA, então do Grupo Abril. Depois, foi a vez da Sky, interessada em oferecer o serviço de Internet aos seus clientes de TV paga, comprar as empresas TV Filme e Acom, que abordaremos mais adiante, com consequências diretas no mercado nordestino de televisão por assinatura.

**Figura 2**

<sup>4</sup> Disponível em:

<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalPaginaEspecial.do?acao=&codItemCanal=1371&codigoVisao=4&nomeVisao=Cidad%C3%A3o&nomeCanal=TV>



Fonte: Anatel

DTH – sigla de *direct to home* – é uma modalidade de transmissão de sinal enviado diretamente do satélite para o televisor de quem assina o serviço de televisão (ver Figura 3). A recepção do sinal é feita através das chamadas antenas parabólicas *off set*, que são menores do que as tradicionais, cujo tamanho varia de 45cm a 90 cm de diâmetro, para receber a banda Ku - faixa de frequência entre, aproximadamente, 10,9 a 36 Ghz (contra o máximo de 15 Ghz de banda dos satélites). O sinal chega ao receptor digital, daí a alta qualidade de som e imagem.

Figura 3



**DTH** - A PROGRAMADORA TRANSMITE O SINAL POR SATÉLITE DIRETAMENTE ATÉ À CASA DO ASSINANTE.



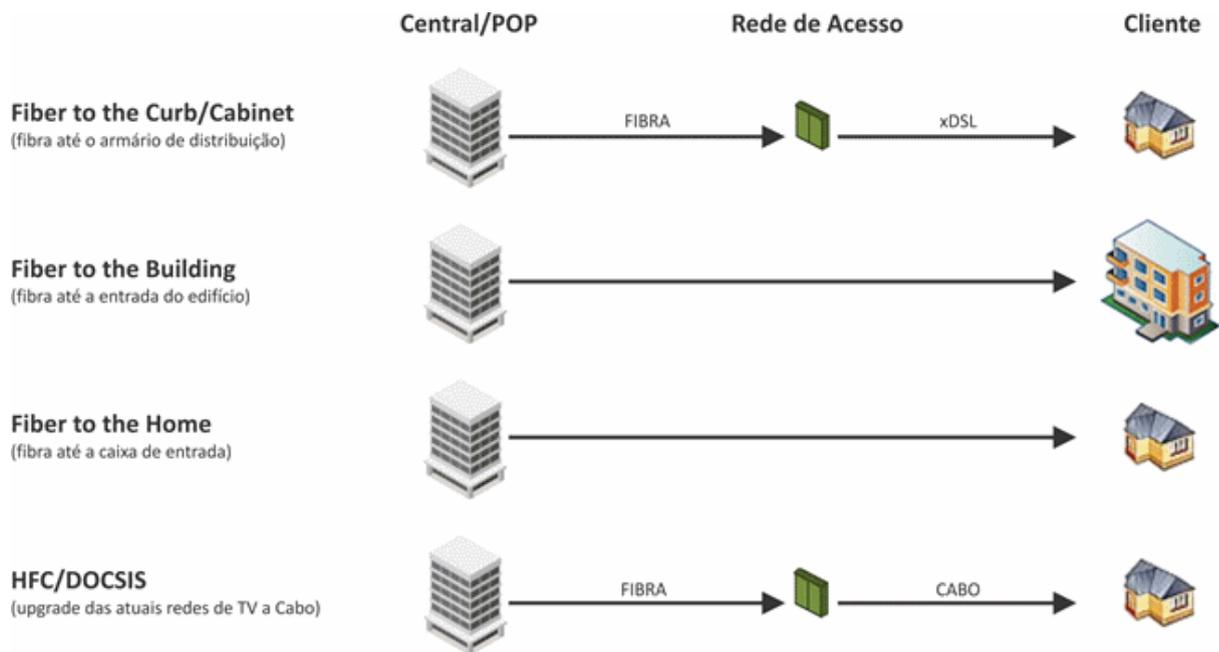
Fonte: Anatel

Já a FFTH (sigla de Fiber-to-the-Home - fibra [ótica] até a casa do usuário final) é uma tecnologia recente, de interligação de residências através de fibra ótica, criada para substituir o método FTTC (fiber to the curb/cabinet, ou fibra para a calçada/armário). Este consistia na instalação da fibra ótica e centrais distribuidoras próximas aos clientes, utilizando mediadores de cobre para transmitir os dados entre as centrais e os usuários. A FFTH - também conhecida como tecnologia de fibra de vidro- utiliza a rede FTTX, que suporta diferentes arquiteturas tecnológicas e conecta uma grande quantidade de usuários finais a um ponto central, denominado nó de acesso ou ponto de presença (POP) da operadora<sup>5</sup>(ver Figura 4). Mais avançada do que a FTTC, ela está se popularizando no mundo por causa da entrega de sinais de comunicação por meio da fibra ótica. O diferencial é o feixe de luz transmitido a partir da central da operadora diretamente para os usuários, sem interferências. A FTTH promete segurança e velocidade de informação, com conexão acima de 100 Mbps (algo em torno de 20 a 100 vezes mais rápido que métodos tradicionais como o DSL). Mas seus custos de implantação ainda são considerados altos por especialistas.

#### **Figura 4: Sistema FTTX e arquiteturas**

---

<sup>5</sup> Definição do site Teleco, um site brasileiro específico no segmento de inteligência em telecomunicações disponível através do endereço: <http://www.teleco.com.br/ftth.asp>



Fonte: Teleco<sup>6</sup>

Apesar de todas as tecnologias disponíveis no mercado, para que o segmento de televisão por assinatura exista é preciso uma fonte de programação, ou seja, a operadora de TV por assinatura que está ofertando o serviço não cria a própria programação (como ocorreu no início da TV a cabo nos EUA), e sim, paga a outras empresas detentoras dos canais que fornecem a programação o direito de transmitir seus conteúdos via satélite. A operadora é a central de transmissão, ou seja, é a intermediária entre o assinante e a verdadeira fonte de programação. Assim, a operadora recebe o sinal dos canais e emite um sinal para a transmissão o satélite, que por sua vez recebe o sinal e o retransmite através da antena que coleta o sinal do satélite e o redireciona para os receptores dos assinantes.

## 2. A TV POR ASSINATURA NO BRASIL

Da época do surgimento da televisão até a década de 1970, o que os brasileiros conheciam do serviço de radiodifusão era apenas o rádio e a televisão aberta convencional. A TV a cabo só começou a ser pensada no Brasil mais de 25 anos depois de ter surgido nos Estados Unidos, mas seu processo histórico passou pelos mesmos problemas que o da radiodifusão em suas origens, ou seja, as mesmas práticas de favorecimento político que outros setores da comunicação, recheadas de episódios suspeitos, que aliam prestígio político

<sup>6</sup> Idem ibidem

às liberações das concessões públicas de rádio e televisão, de acordo com Ramos e Martins (1995, p.140-168).

Antes mesmo da regulamentação da Lei da TV a Cabo, o Brasil já havia concedido 102 autorizações de DISTV – o sistema de Distribuição de Sinais de Televisão - no território brasileiro, segundo dados da ABTA<sup>7</sup>, das quais cerca de 60 estavam em funcionamento em 1995. Neste mesmo ano, o cálculo de assinantes de TV a cabo chegava a 400 mil, mas havia expectativa de que em 10 anos se chegaria a 7 milhões. Esta meta só foi alcançada em 2009, quando o setor registrou 7.473.476 assinantes, de acordo com dados da Anatel. Contudo, apesar dos anos sem legislação específica no Brasil, o resultado histórico de regulamentação da TV paga é mais bem estruturado do que a dos demais serviços de radiodifusão. À medida que as tecnologias e os serviços iam sendo ofertados, algumas leis foram sendo formuladas.

Ressalta-se que com a Lei 12.485 de 2011, a conhecida Lei de Acesso de Serviço Condicionado (SeAc), a indústria da comunicação tem ocupados alguns espaços no que permeiam o tema da regionalização midiática, em especial a produção independente e a relevância do conteúdo nacional.

Esse processo de regulamentação do setor, que cresce baseado no poder de compra dos brasileiros e coincide com a discussão sobre a regionalização da Comunicação e culmina com o estabelecimento de um marco legal único, a partir da Lei 12.485/2011, visto que anteriormente para cada tecnologia havia uma legislação diferente para cada segmento. Antes dessa Lei, por exemplo, não havia limite ao capital estrangeiro, no que se referia às tecnologias MMDS e DTH. A exploração era concedida somente a pessoa jurídica de direito privado que tivesse sede no Brasil e pelo menos 51% do capital social, com direito a voto, pertencente a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

**Tabela 1: A TV por Assinatura na indústria da Comunicação no Brasil**

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>
Atividades de rádio	10.164
Provedores de acesso às redes de comunicações	7.931
Atividades de gravação de som e de edição de música	5.276
Produção de filmes para publicidade	3.583
Consultoria em publicidade	3.437
Impressão de livros, revistas e outras publicações periódicas	2.747
Atividades de televisão aberta	2.578
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	2.284
Atividades de exibição cinematográfica	2.028

<sup>7</sup> Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (<http://www.abta.org.br/>).

Estúdios cinematográficos	1.964
Edição integrada à impressão de revistas	1.525
<b>Operadoras de televisão por assinatura por cabo, microondas e satélite.</b>	<b>561</b>
Impressão de jornais	514
<b>Programadoras (TV por assinatura)</b>	<b>322</b>
Criação de estandes para feiras e exposições	233
Provedores de voz sobre protocolo internet - VOIP	176
<b>Atividades relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras</b>	<b>115</b>
Edição de jornais	23
Edição integrada à impressão de jornais	11

Fonte: Source Mídia, com base no cadastro de pessoas jurídicas, base CNPJ, cruzado com RAIS, do Ministério do Trabalho e site da Receita Federal. Base dezembro 2016<sup>8</sup>

Ressalte-se que a adoção de uma legislação única ocorreu por contados novos fenômenos do mercado, principalmente no que se refere às questões de convergência tecnológica e às formas de prestação desses serviços, em especial as operadoras que oferecem o serviço *tri-play* (comercialização conjunta dos serviços de internet banda larga, televisão e telefone fixo). A partir da nova lei, o setor de Telecomunicação passa a ser chamado de Serviço de Acesso Condicionado, um conceito que alterou significativamente as fronteiras entre a radiodifusão e as telecomunicações:

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 de 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 comunicações quaisquer (Lei 12.485 de 2011, inciso XIII, art. 2º).

### 2.1. Marcos regulatórios: da Lei do Cabo (1995) à Lei 12.485 (2011)

A TV a Cabo, como explicado anteriormente, é apenas uma das modalidades da TV por Assinatura, também denominada por alguns autores (como Bolaño) de TV segmentada, e que compreende diversas tecnologias, assim descritas pela Anatel – a Agência Nacional de Telecomunicações, que regula o setor desde 1997:

*Serviço de Acesso Condicionado (SeAC):* serviço de telecomunicações prestado no regime privado, onde a recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes, sendo destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais. *TV a cabo:* serviço de telecomunicações que realiza a distribuição de sinais de áudio/vídeo aos assinantes [por cabo coaxial ou de fibra ótica]. *Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanais - MMDS:* regulamentado pelo decreto nº 2196 de 08/04/1997, este serviço utiliza faixa de microondas para atingir determinados pontos dentro da área

<sup>8</sup>Foram consideradas apenas algumas atividades para efeito de comparação. Dados atualizados em abril 2017.



coberta. Serviço de *Distribuição de Sinais de TV e Áudio por Assinatura via Satélite - DTH*: regulamentado pelo decreto n.º 2.196 de 08/04/97, o serviço tem o objetivo de distribuir sinais de áudio/vídeo via satélite, a assinantes pertencentes à área coberta (ANATEL, 2012).

O processo de implantação e regulação da TV a cabo e da TV por assinatura no Brasil segue um percurso histórico que envolve quatro períodos, segundo Brittos (2001, p.175): o Pré-Mercado (1971-1987), caracterizado pela desorganização, do ponto de vista econômico-jurídico; a Fase da Pulverização (1988-1992), a Fase da Ordenação (1993-1994) e a Fase da Definição (1995-2001). A estas, propõe-se acrescentar a Fase da Transição (Confecom, 2007-2009) e a Fase da Unificação (Lei do Acesso Condicionado, 2010-2011).

Na fase pré-mercado, os serviços por cabo eram autorizados ao sabor dos jogos políticos, pois, de acordo com Brittos, tentava-se...

(...), como de costume, regulamentar o novo serviço de uma forma obscura, através de Decreto baixado pelo Ministério das Comunicações, que tinha na época como titular o Comandante Euclides Quandt de Oliveira e, como Secretário-Geral, o sr. Rômulo Villar Furtado. Ou seja, mais uma vez um assunto de fundamental interesse público, com amplas aplicações na área social, iria ser regulamentado completamente à margem de qualquer discussão com entidades da sociedade civil, através de Decreto elaborado por burocratas do Ministério das Comunicações, com o acompanhamento privilegiado de grupos privados de comunicação e de outras indústrias do setor. Assim, em 1975, um projeto de Decreto foi elaborado, com o fim de regulamentar o Serviço de Cabodifusão. Sua formulação ocorreu, como esperado, da forma mais impermeável possível, já que universidades e sindicatos tentaram participar do debate, apresentando sugestões e fornecendo pareceres técnicos para a otimização da infraestrutura e dos serviços a serem implantados, sem serem ouvidos, ao contrário do que ocorria com os setores empresariais, participantes privilegiados do processo (BRITTOS, 2001, p.9).

Desde o início da década de 1970, movimentos sociais, universidades, sindicatos e especialistas vinham observando as mudanças no setor das comunicações, em meio às diversas discussões pautadas pela Unesco sobre a liberdade de expressão, políticas nacionais de comunicação e a democratização da comunicação, entre outros temas, no esteio da Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (Nomic). Assim, havia sempre um olhar atento sobre qualquer movimentação no setor que não fosse discutida com a sociedade. Desta forma, toda vez que os governos militares tentaram regulamentar a televisão por cabos sem a participação da sociedade, em um diálogo único entre o Ministério das Comunicações e o empresariado, ativistas engajados na questão se manifestavam através de denúncias.



Segundo Herz (1983), em 1975 um projeto construído a várias mãos por universidades e sindicatos foi sugerido ao Ministério das Comunicações. Porém, o ministro da época, Euclides Quandt de Oliveira (militar da Marinha especializado em telecomunicações), negou-se a autorizar e implantar um projeto construído pela sociedade civil que não atendesse ao que havia sido discutido com empresários da radiodifusão, que ainda não sabiam quais seriam os efeitos da implantação da TV a Cabo sobre as audiências. No entanto, depois que os setores colocados à margem desse processo conseguiram veicular, no Jornal do Brasil, uma matéria intitulada “TV Congelada”, e que este mesmo veículo começou a divulgar todos os lances da disputa, o presidente General Ernesto Geisel suspendeu o processo, sob a justificativa oficial de que, naquele momento, o Brasil tinha que evitar importações para controlar com rigidez sua balança cambial.

Em 1979, suspeitou-se que o país novamente tentaria decretar de forma obscura a oficialização do serviço de cabodifusão, desta vez impulsionado pela pressão da indústria das telecomunicações que vivenciava uma grave crise financeira. O então Ministro das Comunicações, Haroldo Corrêa de Mattos, teve que prestar esclarecimentos à Comissão de Comunicação da Câmara dos Deputados sobre o que o Ministério pretendia com a regulamentação da cabodifusão. Esta, na análise de estudiosos da Economia Política da Comunicação, seria uma versão piorada da apresentada em 1975, isso porque “o propósito de beneficiar grupos privados foi explicitado pelo próprio ministro, e mais do que nunca, existia a intenção de afastar a sociedade de qualquer tipo de diálogo.

No projeto oficial, o Conselho Nacional de Comunicações, órgão do próprio Ministério, perderia a “sua competência original de emitir parecer sobre as outorgas que autorizavam as empresas concessionárias a prestar serviços de TV a Cabo” (BRITTOS, 2001, p.11). Além disso, as explicativas do governo através do então ministro, durante explanação na Câmara Federal, foram a de minimizar a importância do serviço de cabodifusão. Ramos (1995) relata que o Ministro defendeu a tese governista de que o serviço de televisão por cabos era diferente do serviço de radiodifusão que envolvia a televisão aberta e o rádio.

Para Haroldo de Mattos, a cabodifusão não merecia muito destaque e discussão pública, porque entre tantos outros motivos, era um serviço “elitista” e o fator tecnologia era simplista e “trivial”. Portanto, as Universidades não precisariam estar pesquisando sobre o tema nem o país precisaria fazer investimento público no setor de cabodifusão para a sua implantação, visto que o governo federal poderia entregá-lo às empresas privadas. Durante a explanação, o Ministro reconheceu que, com o avanço das tecnologias e a provável evolução



dos serviços de TV a Cabo para a telemática, o futuro poderia resultar em impactos sociais. Mesmo assim, Haroldo de Matos continuou a defender a regulamentação simples da cabodifusão para, no futuro, discutir as outras questões referentes a cada tecnologia que surgisse. Depois das explicações do Ministro na Câmara Federal, novamente a regulamentação do serviço foi arquivada e ficou no aguardo da Legislação das Telecomunicações a ser aprovada no Congresso (HERZ, 1983, p.290-382).

A possibilidade de implantar a TV a cabo em 1975 foi suspensa no Governo Ernesto Geisel, perpassando outras formas de manobras no Governo João Figueiredo. Até então, o Estado brasileiro, representado pelos dois governos citados, viabilizou majoritariamente os interesses particularistas da indústria midiática das emissoras abertas (TORRES, 2005).

### **2.1.1. A fase da pulverização (1988-1992)**

A trajetória da TV por Assinatura brasileira começa no final da década de 1980, quase no encerramento do governo Sarney (PMDB - Partido do Movimento Democrático Brasileiro), pelas mãos do então ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães (PFL Partido da Frente Liberal). Seguindo o padrão de seus antecessores, no que se refere a discussão pública, ACM – como o ministro era conhecido – publica no Diário Oficial da União (DOU) o Decreto 95.744, de 23 de fevereiro de 1988, criando o chamado Serviço Especial de Televisão por Assinatura (TVA). O decreto define como o “serviço de telecomunicações destinado a distribuir sons e imagens a assinantes, por sinais codificados, mediante a utilização de canais do espectro radioelétrico, permitida, a critério do poder concedente, a utilização parcial sem codificação”. Para Brittos (2001), este foi o documento legal mais significativo até então...

(...) porque já explicitava o fundamento conceitual sobre o qual atuaria o Ministério das Comunicações no tratamento da introdução das chamadas novas tecnologias de comunicações no campo audiovisual. Esta base era a caracterização do serviço como especial (Código Brasileiro de Telecomunicações, Lei 4.117, de 27 de agosto de 1962, art. 6º, letra f), ou seja: “relativo a determinados serviços de interesse geral, não abertos à correspondência pública e não incluídos nas definições das alíneas anteriores [Serviços de Segurança, de Múltiplos Destinos, Rural, Privado, de Radiodifusão, de Radioamador], entre os quais: 1) o de sinais horários, o de frequência padrão, o de boletins meteorológicos, o que se destine a fins científicos ou experimentais, o de música funcional, o de rádio determinação”. A questão central contida na opção do Ministério pela definição do novo serviço como Especial estava na sua alegada diferença do Serviço de Radiodifusão, que é assim definido (Artigo 6º,



letra d): “destinado a ser recebido direta e livremente, compreendendo radiodifusão sonora e televisão”. Em outras palavras: porque a televisão por assinatura estava autorizada a ter o seu sinal codificado, de modo a permitir a cobrança de uma taxa para acesso ao serviço, ela não estava “aberta à correspondência pública” e nem era, como a televisão convencional “destinada a ser recebida direta e livremente” pelo público (BRITTOS, 2001, p.13)

Em 13 de dezembro de 1989, o serviço de Distribuição de Sinais de TV por Meios Físicos, o DISTV, foi regulamentado e implantado através da portaria 250. O número de autorizações dadas à época chegou a 102, a maior parte das solicitações de empresas estrangeiras, em especial as argentinas, durante o Governo Collor.

Essa portaria permitiu, em 1990, a emissão de 96 autorizações para instalação de redes de cabos em 62 cidades do País. Em outubro de 1991, foi editada a Norma nº 230 pelo Ministério das Comunicações, com o objetivo de disciplinar o uso de comunicações via satélite, em conexão com a prestação de serviços limitados de telecomunicações, definidos pelo Decreto nº 177, de julho de 1991, como serviços não abertos a correspondência pública. Em novembro de 1991, o então deputado Tilden Santiago, apresentou o projeto de Lei nº 2.120, com disposições sobre o Serviço de “Cabodifusão”. Na Justificativa do projeto de lei o parlamentar, dentre outras, fez considerações sobre o papel da “Cabodifusão” no Brasil, do controle público, das bases do novo serviço e da situação das DISTV. Em meados de 1994, o projeto de lei seguiu tramitação na Câmara Federal, com substitutivo, e sua redação final foi aprovada e publicada no Diário do Congresso Nacional em 20 de outubro de 1994, para finalmente ser sancionada, em 06 de janeiro de 1995, na forma da Lei nº 8.977, que passou a dispor sobre o Serviço de TV a Cabo.<sup>9</sup>

Entretanto, Santos (1997) alerta que antes mesmo dessa legislação já existia uma TV a cabo em funcionamento no Brasil.

A promulgação da lei não significou o início da TV a cabo. O sistema já vem sendo testado paralelamente, através das brechas deixadas pela legislação. A primeira TV a cabo implantada foi anterior à primeira Lei regulamentadora, de janeiro de 1995. Em 1986, quando o empresário argentino Raul Mello implantou em Presidente Prudente uma empresa de distribuição de sinais que, depois de ser lacrada diversas vezes pelo Dentel (Departamento Nacional de Telecomunicações, antigo órgão do governo) e diversas liminares da justiça para continuar trabalhando, foi regulamentada por portaria em 1989(SANTOS, 1997, p.101)

---

<sup>9</sup> Informações disponíveis em [http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialtvassinatura/pagina\\_4.asp](http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialtvassinatura/pagina_4.asp), consultadas em 2014, 2015, 2016, 2017



Antes mesmo da regulamentação da Lei da TV a Cabo, já haviam sido outorgadas 106 autorizações de DISTV no território brasileiro. Destas poucas eram corporações brasileiras. A maior parte das autorizações era de grupos atuantes em outros setores que não os de telecomunicação, ou eram estrangeiros, a exemplo dos argentinos (FNDC, 1991). Algumas empresas receberam grande número de autorizações, como a Shipper's Cargo Assessoria Aduaneira Transporte e Participações Ltda., que contabilizou oito autorizações no estado de São Paulo. A DR Empresa de Distribuição e Recepção de sinais de TV Ltda., ligada à Rede Brasil Sul (RBS), afiliada da Rede Globo, tinha 16 operações para funcionar no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, onde possuía um conglomerado de mídia, incluindo emissoras de rádio e TV (BRITTOS, 2001).

Vale destacar que em 1988 o Brasil inicia o serviço de programação de TV por Assinatura com a Key TV, que alguns autores consideram essa como uma das programadoras pioneiras da TV paga. Um ano depois eram iniciados os primeiros serviços de uma operadora em UHF (*Ultra High Frequency*, frequência ultra alta), que variava entre os canais 14 a 69. Tais faixas de canais podiam ser utilizadas por emissoras abertas ou canais de televisão pagas, a exemplo do Canal +.

O negócio da televisão por assinatura, utilizando o espectro radioelétrico, não tem, no UHF, e nem, por enquanto, no sistema DBS o seu filão principal, já que no Serviço Especial de televisão por Assinatura (TVA), o que é mais decisivo do ponto de vista de ocupação do mercado é a possibilidade de oferta de múltiplos canais, com otimização das frequências. Possibilidade que, (...) se dá com extrema facilidade na transmissão de sinais de televisão por cabos, mas que ocorre também, com limitações, no MMDS (BRITTOS, 2001, p.14).

### **2.1.2. Fase da ordenação (1993-1994)**

O serviço de televisão paga brasileira só começou a ser regulamentado no final do governo Sarney, pelas mãos do então ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães, que em 23 de fevereiro de 1988 mandou publicar no Diário Oficial da União (DOU) o Decreto nº 95.744, que regulamentou o Serviço Especial de Televisão por Assinatura. No ano seguinte, o mesmo ministro lançou a Portaria nº 250/89, datada de 13 de dezembro de 1989, que regulamentava a Distribuição de Sinais de Televisão (DISTV), cuja estrutura técnica era a distribuição de sinal por meios físicos aos usuários.

Essa portaria permitiu, em 1990, a emissão de 96 autorizações para instalação de redes de cabos em 62 cidades do País. Em outubro de 1991, foi editada a Norma nº 230 pelo Ministério das Comunicações, com o objetivo de disciplinar o uso de comunicações via satélite, em conexão com a



prestação de serviços limitados de telecomunicações, definidos pelo Decreto nº 177, de julho de 1991, como serviços não abertos a correspondência pública (QUADROS, ex-ministro das Comunicações, 2007).

(...)

Toda essa legislação precisava apenas a transmissão de programação gerada por terceiros, sem limites de participação estrangeira, nem controle do comércio das concessões. Foram distribuídas gratuitamente 101 concessões, entre 1990 e 1991, a uma minoria de pequenos empresários parentes ou amigos congressistas. Em meados de 1991, a distribuição de concessões foi interrompida, a pedido do Congresso, depois da minuta de portaria publicada no *Diário Oficial*, que pretendia a transformação da DISTV em serviço Especial de TV a Cabo e abria, pela primeira vez, a discussão sobre a regulamentação de serviços de telecomunicação. Enquanto não houve aprovação de uma nova lei, as concessões já distribuídas tiveram a sua comercialização livre – a preços que variavam de US\$ 30 mil, no interior, a US\$ 550 mil, nas capitais (Folha de São Paulo, 1994), já que não existia outra forma de implantação nesse íterim (SANTOS, 1997, p.100).

Sob a presidência de Fernando Collor de Mello, o Ministério das Comunicações foi extinto e transformado em Secretaria Nacional de Comunicação (SNC). Entretanto, de forma contraditória ou não, foi nesse governo que teve início um processo de consulta democrática, com a primeira convocação de audiência pública sobre o tema. Em princípio, toda a sociedade foi convidada a participar do processo regulatório, que teve participação ativa de deputados que apoiavam a causa, como a deputada federal Irma Passoni (PT-SP), e o deputado federal pelo PT de Minas Tilden Santiago, autor do projeto de Lei nº 2.120, com disposições sobre o Serviço de “Cabodifusão”.

Na Câmara dos Deputados, houve discussões com setores da sociedade civil, passos foram dados e várias reviravoltas aconteceram. Durante o ano de 1993, o projeto de lei 2.120 ficou estagnado na Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática, cuja responsabilidade era do deputado paulista Maluly Neto (PFL). Somente no final do mesmo ano, com a criação da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), os atores envolvidos concordaram em novamente negociar e chegar a uma conclusão.

Apesar dos impasses e discordâncias, em julho de 1994 conseguiram consolidar um substitutivo ao projeto de lei originado pelo deputado Tilden Santiago (PT/MG), com apoio da deputada federal Irma Passoni (PT/SP), que assumiu a presidência da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) da Câmara dos Deputados. Depois de aprovada na Câmara e no Senado, redação final da chamada Lei do Cabo (Lei 8977)<sup>10</sup> foi aprovada e publicada no Diário do Congresso Nacional em 20 de outubro de 1994, e

---

<sup>10</sup> Lei da TV a cabo: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8977.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8977.htm)



sancionada pelo presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC) em 6 de janeiro de 1995. Entre as inovações dessa lei está a reserva de canais de acesso público e institucionais de forma gratuita e a permissão para que as operadoras utilizassem as redes de transporte das companhias de telefonia, cuja infraestrutura tinha sido construída pelo Estado<sup>11</sup>.

### **2.1.3. Fase da (re) definição (1995-2000)**

Para Bolaño & Massae (2004), todas essas modificações iniciaram com a decisão do governo FHC de privatizar o setor de telecomunicações no Brasil, que foi anunciada durante a campanha eleitoral, em 1994. O documento “Mãos à Obra Brasil” compreendia os principais pontos do projeto de governo, um diagnóstico da situação do setor e uma série de propostas para sua administração. Era clara a decisão de modificar o modelo institucional de telecomunicações de maneira a estimular a participação de capitais privados no seu desenvolvimento. De fato, foi o que ocorreu. Logo depois de sancionar a Lei 8.977/95, que permitia a participação do capital estrangeiro em até 49% das concessionárias, foi proposta a Emenda Constitucional número 8 (PEC 08/1995)<sup>12</sup>, aprovada em 15 de agosto de 1995, menos de 8 meses após a posse do Presidente FHC. A alteração ocorria no inciso XI e na alínea “a” do artigo 21 da Constituição Federal, passando a declarar expressamente que os serviços de telecomunicações poderiam ser explorados por intermédio de concessão, permissão ou autorização.

O dispositivo constitucional anterior restringia a exploração dos serviços públicos de telecomunicações à empresa sob o controle acionário estatal. Logo, a mudança representava a quebra do monopólio estatal das telecomunicações. No ano seguinte, com a aprovação da Lei Mínima (Lei 9.295/1996)<sup>13</sup>, a entrada de capital estrangeiro nas áreas de telefonia celular e das telecomunicações via satélite, que era limitada a 49%, até julho de 1999, foi liberada. Começava desta forma a competição do serviço móvel de celular com a banda B, assim como outros serviços.

Com relação ao MMDS, tal como já se fizera com a DISTV, que correspondia à implantação disfarçada da TV a Cabo, em 9 de fevereiro de 1994, o Ministério das Comunicações, pela Portaria nº 41, publicada no DOU do dia 10, disfarçou a criação do novo serviço, atribuindo

---

<sup>11</sup> Todo o trâmite do processo legislativo para a aprovação da Lei do Cabo pode ser encontrado através do endereço: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=199983>. Mais detalhes de como ocorreram as discussões até a aprovação e revisão da lei do Cabo podem ser obtidos no site do Coletivo Intervozes: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=27339>

<sup>12</sup><http://www.camara.gov.br/sileg/integras/208566.pdf>

<sup>13</sup>[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9295.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9295.htm)



“canais para os sistemas de circuito fechado de televisão com utilização de radio enlace”, cuja sigla passou a ser CFTV.

Assim, nesse emaranhado de siglas retiradas de obscuras portarias e decretos gestados na intimidade da relação privada entre políticos com interesses diretos no negócio, empresários associados direta ou indiretamente a esses interesses e a tecnoburocracia ministerial, estava a base técnico-normativa para profundas alterações estruturais na economia política dos meios de comunicação de massa no Brasil. Siglas novas dando ares de modernidade aos velhos modos oligárquicos de se fazer política nas comunicações brasileiras (BRITTOS, 2001, p.14).

As leis de 1995 e 1996 abrem o caminho para a Lei Geral de Telecomunicações (Lei 9.472/97)<sup>14</sup>, sancionada em julho de 1997, que reestruturou o ambiente regulatório do setor, autorizando o Poder Executivo a determinar quaisquer limites à participação estrangeira no capital de prestadora de serviços de telecomunicações, além de estabelecer as regras para a privatização do sistema Telebrás. Ou seja, o modelo brasileiro de telecomunicações é redefinido para favorecer a abertura para a competição de mercado e a universalização das tecnologias dos serviços telefônicos, assim como a criação de um órgão regulador que passaria a fiscalizar o serviço que as empresas privadas prestariam aos brasileiros.

A LGT transfere para a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) competências anteriormente atribuídas ao Ministério das Comunicações, exceto a outorga dos serviços de radiodifusão, conforme seu artigo 211, mantendo-a no âmbito de competências do Poder Executivo. Complementando a Lei, a Anatel cria metas para o setor através de três planos: o Plano Geral de Outorgas<sup>15</sup>, através do decreto nº 2.534, de abril de 1998; o Plano de Metas de Universalização<sup>16</sup>, através do Decreto 2.592, de maio de 1998; e o Plano de Metas de Qualidade<sup>17</sup> dos serviços prestados à população para o setor telefônico. Em novembro do mesmo ano a Anatel aprova a Resolução 73, que regula o regimento dos serviços de telecomunicações<sup>18</sup>.

Durante o ano de 1997, a Lei Geral das Telecomunicações ganhou vários “apêndices” normativos na forma de decretos e portarias que desfiguraram o setor. Em resumo, o segmento de TV a Cabo, além de ter que seguir o que determina a LGT, tinha que obedecer às seguintes normas legais: a Lei 8.977 de 1995, considerada como a lei do Cabo, seguida do Decreto nº 2.206 de 1997, da Portaria de nº 256, de 1997, da Portaria de nº 256, de 1997, e da

<sup>14</sup> Lei Geral de Telecomunicações: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9472.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9472.htm)

<sup>15</sup> Plano Geral de Outorgas está disponível em <http://zip.net/bftM7Q>, mas substituído em 2008 através do Decreto nº 6.654, de 20 de novembro de 2008, disponível em <http://zip.net/bktM8x>

<sup>16</sup> Plano de metas de Universalização, disponível [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/d2592.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2592.htm)

<sup>17</sup> <http://zip.net/bttNVc>

<sup>18</sup> <http://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/13-1998/34-resolucao-73>



Portaria de nº 399/1997. Esta última portaria também passou a regular o setor de tecnologia MMDS, que era regulado pelo Decreto nº 2.916, de 1997, e da Portaria nº 254, do mesmo ano. Como se não bastasse, o serviço de TV a Cabo continuou a ser regido pelas disposições da Lei do Cabo, inclusive quanto aos atos, condições e procedimentos de outorga. Já as outras tecnologias foram reguladas pela Norma nº 002/94, revisada através da portaria nº 254, de 16 de abril em 1997<sup>19</sup>.

#### **2.1.4. A fase da Transição (2007-2009)**

Ao longo da história das telecomunicações do Brasil as decisões sobre o setor foram tomadas, na maioria das vezes, sem a participação da sociedade, salvo as críticas e pressões do Fórum Nacional da Democratização das Comunicações (FNDC), que luta diariamente pelas políticas de comunicação no país, juntamente com alguns setores da sociedade civil. As medidas eram impostas pelo governo federal e passadas para a população em forma de decreto, portaria, emenda constitucional ou Lei. Entretanto, em 2007, diversas entidades iniciaram uma articulação para discutir os rumos da comunicação no Brasil e as políticas públicas para a área. Nesse processo, solicitaram que o governo federal fizesse uma Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) ampla, democrática e participativa, com direito a voz e voto de todos, incluindo movimentos sociais, entidades de classe, empresários parlamentares e a Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados.

As reuniões para debater os temas seriam realizadas em diversas etapas, assim como outros setores já fazem. Porém, inicialmente houve resistência por parte de alguns setores do governo federal, mas o Planalto determinou uma Conferência Nacional Preparatória de Comunicações. De acordo com o Intervozes (2007), essa atitude do governo teve o objetivo de confundir a sociedade...

(...) criando a falsa impressão de que, finalmente, está sendo realizada uma Conferência de Comunicação; a segunda, decorrente da primeira, de legitimar o evento com o objetivo de revestir os possíveis consensos ali surgidos de um caráter de política pública. O Intervozes tem defendido que a luta pelo Direito à comunicação e pela democratização dos meios, em especial o que diz respeito ao controle público sobre as políticas públicas do setor, passa necessariamente pela realização de uma Conferência Nacional de Comunicação. No entanto, uma Conferência que seja ampla, democrática, com participação de todos os setores interessados e envolvidos e com etapas municipais e estaduais preparatórias à etapa nacional, como tem

---

<sup>19</sup><http://zip.net/bytNFI>



sido realizado nas áreas de saúde, habitação, mulheres e tantas outros campos dos direitos humanos (INTERVOZES, 2007).

Durante dois anos, as pressões foram muitas, o Ministério das Comunicações e setores do Governo Federal resistiam e as cobranças públicas eram intensificadas. O FNDC articulava diversas reuniões com governo e empresários, tentando viabilizar a realização da Confecom. Contudo, a confirmação só ocorreu em janeiro de 2009, durante o Fórum Social Mundial, em que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva garantiu que a Conferência Nacional de Comunicação aconteceria. Depois de quase três meses do anúncio do Presidente, os atos normativos do governo sobre o evento começaram a aparecer.

A 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) foi finalmente convocada em 16 de abril de 2009, por meio de um Decreto S/Nº. Em seguida, a portaria Ministério das Comunicações nº 667/2009 aprovou o Regimento Interno da 1ª Conferência, e de nº 337/2009 regulamentou a composição da comissão organizadora, cujos membros foram legalmente constituídos através da portaria nº 315/2009. A definição final da comissão organizadora foi regulamentada pela portaria nº 185/2009 do MiniCom, enquanto os eixos temáticos que seriam discutidos na Conferência, bem como a metodologia que seria utilizada para encaminhamento e aprovação das propostas apresentadas, foram regulamentados pela Resolução 001/2009.

Depois de muitos embates para a sua organização, as etapas preparatórias da Confecom aconteceram em todos os estados e cada região brasileira pode opinar para que política da comunicação fosse construída, de fato com a participação da sociedade e não somente pelo poder executivo ou setor empresarial. Mais de 30 mil pessoas participaram dessa construção e diversas propostas foram aprovadas.

Entre os dias 14 e 17 de dezembro de 2009, Brasília sediou o maior encontro já realizado no País para a discussão do futuro das comunicações brasileiras desde a Assembleia Nacional Constituinte de 1988: a 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom). A Conferência foi convocada pelo Governo Federal, como parte da política de chamar a sociedade civil organizada para debater políticas públicas que interessam à cidadania. De 1941 até hoje foram promovidas 109 Conferências Nacionais, sendo 68 de janeiro de 2003 até maio de 2010. Discutir a modernização da comunicação social brasileira, nos marcos da plena democracia, é essencial, especialmente pelas mudanças tecnológicas dos últimos anos, que apontam para uma crescente convergência entre as diversas mídias. O tema da 1ª Conferência Nacional de Comunicação – “Comunicação: Meios para a Construção de Direitos e de Cidadania na Era Digital” – refletia esse propósito. A 1ª Conferência Nacional de Comunicação, realizada no Centro de Convenções Ulysses Guimarães, foi



palco de intensos debates, com a participação de 1.800 delegados, indicados nas etapas estaduais preparatórias, representando organizações da sociedade civil empresarial (40% do total), da sociedade civil não-empresarial (40%) e das três esferas de governo (20%). As propostas aprovadas nas Conferências Estaduais e Distrital foram amplamente debatidas em Brasília. Resultaram em 633 propostas aprovadas, sendo 569 nos 15 grupos temáticos de trabalho e 64 na Plenária final da Conferência Nacional. Outras 15 foram rejeitadas e 29 não apreciadas porque não houve tempo hábil para serem lidas no plenário em razão do encerramento da 1ª Confecom (CONFECOM, 2010, p.7).

A discussão da 1ª Conferência Nacional de Comunicação realizada no Brasil abrangeu os seguintes eixos temáticos: “produção de conteúdo”, “meios de distribuição” e “cidadania: direitos e deveres”. Cada eixo abordava temas indicativos que versaram sobre diversos assuntos, notadamente quanto à produção nacional e regional, tributação, incentivos, órgãos reguladores, televisão aberta, internet, democratização da comunicação, inclusão social, dentre outros, nos termos de Resolução do Ministério das Comunicações (2009). Cabe ressaltar a ocorrência de muitos embates, por causa da hegemonia das empresas privadas na área das telecomunicações, além da concentração da prestação de serviços de banda larga.

A discussão sobre a convergência dos meios e serviços também teve destaque. Entretanto um dos pontos polêmicos da Confecom foi à proposta de criação de um Conselho Nacional de Comunicação, ligado ao Executivo, para que houvesse um espaço de controle público da mídia. A sugestão não foi acatada pelos empresários dos veículos de comunicação, apesar de ser uma ideia muito defendida pelos movimentos sociais e entidades que lutam pela democratização da comunicação. Para os donos da mídia, a criação do Conselho era como se colocasse uma censura para regular os veículos; para os defensores da proposta, o objetivo era que os meios de comunicação cumprissem o objetivo social das concessões (INTERVOZES, 2009).

Entre as diversas instâncias de validade e importância da Confecom está a confirmação dos princípios que orientam o Projeto de Lei número 29 de 2007, que trata da unificação da legislação de TV por assinatura no país, permitindo, desta forma, que as operadoras de telecomunicações prestem este serviço, além de estabelecer medidas de proteção ao conteúdo nacional. Chamado de Nova Lei da TV por Assinatura, o projeto previa revogar os dispositivos da Lei 8.977, de 1995, no que se refere ao capital estrangeiro em concessionárias de telecomunicações, impostos ao serviço de TV a cabo.



O PL 29, de autoria do deputado federal Paulo Bornhausen, do Partido Democratas de Santa Catarina, foi protocolado no dia 5 de fevereiro de 2007 e tramitou na Câmara dos Deputados por quatro anos. Nesse período, passou por várias etapas, diversas comissões e inúmeras discussões até a sanção da Presidente da República Dilma Roussef, em 12 de setembro de 2011, como a Lei 12.485/2011, mais conhecida como “a Lei da TV Paga”<sup>20</sup>. Assim, a Confecom de 2009 contribuiu significativamente para uma nova política de telecomunicações no país.

### **2.1.5. A fase da unificação (2010-2011)**

A Lei 12485/2011, resultante do PL 29 e conhecida como a Lei do Acesso Condicionado, teve 477 emendas e veto parcial<sup>21</sup> no item classificação indicativa e no Serviço de Acesso ao Consumidor (SAC), por serem considerados contraditórios, de acordo com parecer da presidência da República: “Os critérios e as formas de divulgação da classificação indicativa estão hoje regulamentados pelo Poder Público, cabendo ao Ministério da Justiça sua coordenação e aplicação. Ao conferir essa mesma atribuição às programadoras, a proposta poderia resultar em várias classificações distintas, com prejuízos à efetividade da política” (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, MENSAGEM Nº 368, DE 12 DE SETEMBRO DE 2011).

O outro veto foi justificado pela existência das normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) por telefone, previstas no Decreto nº 6.523, de 31 de julho de 2008, com base no que dispõe o Código de Defesa do Consumidor, que assegura a gratuidade das ligações e a permanente disponibilidade do serviço. “Assim, a legislação atual se evidencia mais benéfica ao consumidor do que o dispositivo proposto, que permite a cobrança de tarifa de ligação local e o atendimento pessoal apenas durante o horário comercial”.

Vale ressaltar que a Lei 12485/2011 dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado, alterando as Leis nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995 (conhecida como a Lei do Cabo), e a Lei 9.472, de 16 de julho de 1997 (a Lei Geral das Telecomunicações), passando o setor de telecomunicações a

---

<sup>20</sup> Todos os dados sobre a discussão do PL 29 que originou a lei 12485, encontra-se no endereço: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=339998>. Destaque para a quantidade de emendas, foram 477 ao longo dos 4 anos de discussão até a lei ser sancionada.

<sup>21</sup> Veto parcial da Lei 12.485/2011 disponível em <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2011/lei-12485-12-setembro-2011-611410-veto-133581-pl.html>



seguir uma única Lei, a 12.485/2011<sup>22</sup>. No entanto, muitos outros dispositivos regulatórios sobre as comunicações no Brasil continuam a circular na Câmara dos Deputados desde 2007, incluindo a emenda 13 de 2008 do PL 29, de 2007, que dispõe sobre a publicidade nos canais pagos e outros aspectos.

Originalmente, o Projeto de Lei 29 pretendia unificar a legislação das tecnologias da TV por assinatura, de modo que fosse permitida a entrada das empresas de telecomunicações, sem alterar a legislação da radiodifusão. Outro ato legislativo considerado por Souza (2015) foi o PL 70<sup>23</sup>, também de 2007, apresentado pelo deputado Nelson Marquezelli, do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) de São Paulo, que

estabelecia parâmetros de proteção às empresas de comunicação, buscando instituir a participação estrangeira nos segmentos de mercado de produção, programação e empacotamento de conteúdo. O art.2 deste projeto determina que o controle destas áreas deveria ser detido por brasileiros ou empresas brasileiras, nas quais, 70% do capital volante, no mínimo deveria pertencer à brasileiros. O PL 332<sup>24</sup> dos deputados Paulo Teixeira (PT/SP), parâmetros Pinheiro (PT/BA e coautores abria a cadeia de valor dos serviços de televisão por assinatura e estabelecia parâmetros para sua regulação. A proposta traria o conceito de ‘comunicação social eletrônica’, abrangendo as empresas de telecomunicação e radiodifusão, estabelecia cota de 15% de conteúdos independentes. Já as emissoras de radiodifusão deveriam reservar 30% de sua programação para produções regionais. Além disso, aponta a necessidade das operadoras de televisão por assinatura destinarem espaço para exibição de canais de interesse público<sup>25</sup> (...) PL 1908/2007<sup>26</sup> do Dep. João Maia (PR-RN), apresentado em um momento posterior, tem a mesma orientação do PL 332/2007, contra a verticalização do setor. O autor propõe a cota de 50% de conteúdo nacional, dos quais, 10%, deve ser para a produção independente” (SOUZA, 2015, p.34-35).

As discussões e os embates entre os grupos empresariais foram muitos, principalmente no que se refere à produção independente e ao conteúdo regional, mostrando que o mercado das telecomunicações brasileiras estava verticalizado entre dois grupos, o Grupo Globo e o grupo Abril, conforme aponta Souza (2015). Segmentos empresariais entraram numa verdadeira guerra para tentar mobilizar a população contra as mudanças propostas. A Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA) e a Associação Brasileira de

<sup>22</sup>Mais detalhes das lei 12.485 de 2011 bem como emendas e votações estão disponível no endereço eletrônico <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=339998>

<sup>23</sup>Disponível

em [http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=434161&filename=PL+70/2007](http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=434161&filename=PL+70/2007)

<sup>24</sup>[http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=440185&filename=PL+332/2007](http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=440185&filename=PL+332/2007)

<sup>25</sup> Apesar de tal regra já existir da lei de TV a cabo, 8.977/95, a proposta era além de ter a continuar com a oferta da transmissão dos canais públicos como TV Senado, TV Câmara, TV Escola, TV Brasil, televisões legislativas e canais comunitários.

<sup>26</sup>[http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=497722&filename=PL+1908/2007](http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=497722&filename=PL+1908/2007)



Programadora de TV por Assinatura (ABPTA) criaram o site [www.liberdadenatv.com.br](http://www.liberdadenatv.com.br), numa tentativa de convencimento os assinantes, para que se colocassem contra as propostas do projeto de lei. A ABTA chegou a lançar campanha publicitária<sup>27</sup> na tentativa demobilizar os assinantes do serviço, sob o argumento de que o que estava sendo proposto, a exemplo da adoção de cotas de programação, feria a liberdade empresarial e os direitos dos consumidores, que seriam obrigados a ter em seus pacotes de programação conteúdos diferentes do que havia sido contratado à época da assinatura.

Apesar das propostas dos deputados serem resumidas, provocaram um efeito no segmento muito relevante, visto que estava claro que a regulação que detinha os serviços no país estava defasada e era necessário uma revisão do que estava acontecendo, de acordo com a realidade do setor e de uma perspectiva futura. A grande problemática foi, portanto, a contrariedade dos agentes econômicos, o que gerou uma série de impasses políticos e jurídicos nas propostas. No ambiente legislativo, as bancadas do DEM e do PSDB se dividiram, ainda que majoritariamente contrárias às mudanças.

Depois de mais de três anos de longas discussões, o resultado foi a unificação em um projeto só, o PL 116 de 2010, que contemplava todas as alterações propostas ao longo do período e formava o novo marco regulatório. Entretanto, como não houve consenso sobre o projeto que seguiu para votação, o partido Democratas entrou com uma ação de inconstitucionalidade no Supremo Tribunal Federal (STF), por não concordar com as novas responsabilidades que a Ancine passaria a ocupar no setor de TV por assinatura, no que se refere à produção independente.

No final de 2011, depois de votado e aprovado, o setor de Televisão por Assinatura ganhou um novo marco regulatório, a Lei 12.485/2011. A partir dela, todos os modelos de negócios existentes na TV por Assinatura começaram a mudar. As exigências no que se refere a propriedade cruzada tornaram-se mais eficazes, impedindo que haja a verticalização do mercado. Além disso, há importante preservação da cultura e da identidade brasileira, fortalecendo as produtoras independentes, mudando os elos da cadeia de valor da TV por assinatura. Entre eles, o Modo de Produção – que é a “produção de conteúdo a ser exibida nos canais de programação”; o Modo de Programação – que representa “a aquisição de conteúdo produzido pelas produtoras e agrupamento em grade de programação de canais”; o Empacotamento – que é o “agrupamento de canais de programação em pacotes que serão

---

<sup>27</sup> Entre os diversos artigos sobre a campanha da ABTA contra o PL 29/2007 está a disponibilidade deste: <http://fndc.org.br/clipping/abta-lanca-campanha-contra-cotas-de-conteudo-na-tv-paga-211061/>



comercializados aos assinantes”; e a Distribuição – a “oferta de serviço final ao assinante: fornecimento de sinal e da estrutura; venda de pacotes”.

Atualmente o mercado de televisão paga no Brasil é bastante verticalizado, o que torna necessário o estabelecimento de regras em prol da competição saudável, restringindo o monopólio da distribuição e do conteúdo, visando à garantia da multiplicidade e da diversidade na produção, programação, empacotamento e distribuição de conteúdo audiovisual [...] Isso também possibilitará maior crescimento da produção independente nacional, a qualificação de seus profissionais e a criação de uma indústria sólida e eficiente [...]. Infelizmente não há concorrência no mercado de programação e distribuição audiovisual, de forma que os melhores conteúdos, nacionais ou estrangeiros, sejam contratados livremente pelos operadores e em função da sua atratividade para os consumidores, há, portanto, necessidade de regulamentação do poder público visando ao aumento da sua eficiência. A concentração do mercado na televisão paga é reflexo de práticas de exclusividade e da verticalização dos grupos dominantes que operam nesta cadeia de valor. [...] E tudo isso cria uma barreira de entrada intransponível para produtores e programadores de conteúdo que não controlam o empacotamento ou a distribuição de conteúdo audiovisual eletrônico por assinatura. [...] Sem acesso à plataforma de distribuição excessivamente concentrada e verticalizada, os investimentos em canais de conteúdo nacional não se viabilizam (STIVAL, 2014).

### **2.1.6. O papel das agências reguladoras**

A partir da Lei 12.485 ou Lei do Acesso Condicionado, os serviços de Televisão por Assinatura passam a ser controlados por duas agências reguladoras, a Anatel - Agência Nacional de Telecomunicações, e a Ancine - Agência Nacional de Cinema. A primeira, que regula a implantação e manutenção da infraestrutura tecnológica, bem como os serviços de telecomunicações, e a segunda, a Ancine, responsável pela questão do conteúdo e por fomentar e fiscalizar o mercado cinematográfico e videofonográfico. Ambas foram criadas no âmbito da política de privatização proposta pelo governo de Fernando Henrique Cardoso.

A partir da Lei 12.485/2011, a Anatel permaneceu com a competência de fiscalização do mercado de distribuição da TV por assinatura por meio das redes disponibilizadas pelas operadoras (ou seja, responsável pelo sinal da televisão que chega à casa do assinante, de forma que o mesmo possa assistir com qualidade aos conteúdos produzidos por produtores e programadores contratados através dos pacotes assinados com as operadoras). Já a Ancine tornou-se responsável também por regular e fiscalizar as atividades de empacotamento e programação, no âmbito do setor de TV por assinatura no Brasil (setores ligados à produção de conteúdo), visando garantir que existam os canais brasileiros de espaço qualificado<sup>28</sup>, bem

<sup>28</sup> De acordo com a lei 12.485/2011, “espaço qualificado é o espaço total do canal de programação, excluindo os conteúdos políticos ou religiosos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, tele vendas,



como as suas cotas, que têm o importante papel de difundir a cultura e a identidade brasileiras durante o horário nobre.

È notório a ampliação do poder normativo da Ancine pela Lei 12.485/2011, principalmente no que se refere aos programadores e empacotadores de televisão por assinatura. Devido às novas obrigações criadas, os regulados precisaram se credenciar junto à Agência, além de seguir algumas regras novas, como a manutenção da relação de sócios da empresa, com vistas às verificações necessárias quanto à nacionalidade de produtoras, programadoras, empacotadoras. Entretanto, a mais importante responsabilidade desta lei no que se refere à Ancine, é a fiscalização para o cumprimento das cotas de conteúdo brasileiro nos canais de espaço qualificado, em pacotes comercializados aos assinantes. “Essa obrigatoriedade de incluir diversos canais de espaços qualificados no pacote das TV por assinatura é para criar um espaço na grade das empacotadoras e distribuidoras para a veiculação do conteúdo audiovisual brasileiro” (ANCINE, 2016)<sup>29</sup>.

(...) a diversidade cultural e a defesa do conteúdo brasileiro possuem ainda justificativas econômicas, tanto no que se refere à geração de emprego e renda no Brasil, quanto à construção e valorização de nossa cultura, aspectos que influenciam formas de consumo e colocação de produtos brasileiros no exterior, relacionando-se ao crescimento econômico de outros setores, inclusive o de turismo. Dessa forma, entende-se como necessária a presença de cotas neste mercado de TV paga, pois a distribuição de conteúdo é dominada por empresas que exploram a atividade, em nível global, fazendo com que a distribuição de conteúdo se dê de forma centrada e em blocos, abrindo pouco espaço aos conteúdos nacionais. Há de se atentar que vários países, como França, Austrália e Grã Bretanha, entre outros, se utilizam desses mecanismos de proteção a sua indústria e cultura, ao mesmo tempo. Agora cabe à Ancine buscar a regulação, no caso em concreto, que melhor concretize os princípios constitucionais e legais relacionados à atividade de comunicação social, como estímulo à produção independente, nacional e regional, com mínima intervenção do Estado e defesa da concorrência e do consumidor, entre outros, conforme previsto na Constituição Federal de 1988 (art. 221), na lei 12.485/2011 e na instrução normativa 100/2012 da Ancine (MARTINS, 2013, p.172).

Assim, a Lei 12.485/2011 é considerada por estudiosos como o fio condutor para valorizar o conteúdo brasileiro no âmbito dos serviços de televisão por assinatura, com o objetivo de estimular a produção independente, evitando que grandes conglomerados de mídia atuem de forma verticalizada e acabem monopolizando a cadeia de produção.

Outro ponto de partida da lei é o fato de que as grandes programadoras multinacionais de conteúdo (Sony/HBO, Fox, Turner, Disney e DLA dentre

---

infocomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador.

<sup>29</sup> A TV por Assinatura no Brasil: aspectos econômicos e estruturais. Ancine, 2016. Disponível em <http://oca.ancine.gov.br>



outros), dominam a grade das operadoras com canais simplesmente “abrasileirados”. Tratava-se, praticamente, de replicar conteúdo Made In USA (séries, filmes e documentários em profusão), inserindo dublagens ou legendagens, inserções comerciais, e uma ou outra produção nacional esparsa (...). Neste ponto, ficam claros na lei os princípios que devem nortear a comunicação de acesso condicionado no Brasil, princípios estes que estarão presentes nos demais dispositivos, de caráter claramente intervencionista, na lei. Assim, todas as atividades deverão ser guiadas pelos ideais de diversidade cultural, promoção da língua portuguesa e cultura brasileira, estímulo ao desenvolvimento e regionalização (SOUZA,2014,p.8-9).

Antes da Lei, a programação no segmento de TV por assinatura não dispunha de muita produção audiovisual nacional, o que existia era raro, salvo aquelas ligadas a grandes produtoras, que somente de posse desses laços econômicos de mercado conseguiam ser incluídas na grade de programação dos canais pagos. Além disso, as maiores operadoras do serviço de telecomunicações no segmento de TV por assinatura – como Net e Sky – eram ligadas umbilicalmente a grandes produtoras de conteúdo e à maior operadora de radiodifusão do país (Grupo Globo). Os canais desse conglomerado acabavam representando a maioria dos canais e produtos Globo/GLOBOSAT no que se refere ao conteúdo de produção nacional.

## **2.2. Principais grupos do setor que atuam no Brasil**

Até o ano 2000, o mercado de TV por Assinatura no Brasil era dividido entre o Grupo Globo, da família Roberto Marinho, com sede no Rio de Janeiro, e o Grupo Abril, da família Civita, sediada em São Paulo. O primeiro – detentor da maior rede de TV aberta do País – aderiu à TV paga em 1991, ano em que criou a Globosat, baseada na tecnologia de distribuição de sinais via satélite. Uma tecnologia cara, que contraditoriamente à época, parecia ser um erro de gestão, visto que o Ministério das Comunicações e a Secretaria Nacional de Comunicações estavam ‘distribuindo’ as concessões através das Distribuições de Sinais de TV por Meios Físicos.

Já o Grupo Abril definiu, nesse mesmo ano, que adotaria a tecnologia MMDS (Multichannel Multipoint Distribution Service – serviço de distribuição multiponto multicanal), e iniciou as operações com transmissões via parabólica para os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belém e Goiânia. A programação do grupo já contava com a participação de canais estrangeiros com retransmissão na íntegra quando, em 1993, passou a fazer operações que levavam o sinal da TV através do cabo. No ano de 1997, havia 11 concessões em funcionamento, representadas pelas empresas Tevecap e Canbras TVA cabo, que atuavam no Sudeste do Brasil (LIMA, 2015).



Globo e Abril constituíram o que Britos (2001) definiu como o oligopólio da TV paga no Brasil, adquirindo operações de cabo e MMDS de terceiros, comprando autorizações de DISTV e buscando parcerias para ocupar o mercado. A Globo fez parceria com a RBS (no Rio Grande do Sul) e o Multicanal para constituir a Net Brasil, e para que a Globosat continuasse crescendo fazia contratos de exclusividade com estúdios de televisão estrangeiros, como Hollywood, Paramount, Universal. Assim, criava uma diferenciação dos produtos ofertados, construindo uma supremacia. A liderança grupo foi consolidada como um “oligopólio diferenciado”, com algumas “barreiras de entrada” (BRITTOS, 2001).

Ao final do século passado, os grupos que comandavam as lideranças da TV por Assinatura no país eram Globosat/Net, Brasil/Sky e TVA/DirectTV, de acordo com o anuário Mídia Fatos (2013). Mas desde 2013, segundo a Anatel, os grupos econômicos que atuam no setor são compostos por operadoras que possuem negócios em diversas áreas de mídia, entretenimento e telecomunicações, nas quais utilizam tecnologias diversas.

O grupo NET/Embratel é formado pelas operadoras do grupo NET Serviços (TV a Cabo e MMDS) e Claro TV (DTH). Por sua vez, o grupo SKY/Directv é formado pelo conjunto de operadoras do grupo ACOM (Acom TV, Acom Comunicações e Teleserv - MMDS), ITSA (TV Filme / Mais TV - MMDS) e SKY (DTH). O grupo SKY, de acordo com o que foi comunicado a esta Agência, está realizando ajustes em sua base de dados, o que ocasionou a redução do número de 44.857 de suas assinaturas. O grupo NET/Embratel apresentou em junho crescimento de 25.195 assinantes em sua operação DTH (Claro TV) e 51.150 na operação Cabo (NET). O grupo GVT ultrapassou em junho o grupo Telefônica no número de acessos de TV paga (ANATEL, 2013)<sup>30</sup>.

À semelhança de outros setores da comunicação, a TV por assinatura também tem passado por uma série de transformações nos últimos dez anos, que envolve rápidas mudanças tecnológicas, fusões, incorporações e extinção de empresas. De acordo com revistas e sites especializados do setor de telecomunicações como Teletime, Teleco, Telesíntese, Meio & Mensagem, Convergência Digital, entre outros que serviram como fonte de dados para este trabalho, a Globopar e a DirecTV anunciaram um acordo de fusão em 11 de outubro de 2004 entre a DirecTV e a Sky no Brasil. A nova empresa, apesar de manter o nome de Sky Brasil, passou a ser controlada financeira e administrativamente pela DirecTV, com capital acionário de 72%, restando à Globopar os 28%<sup>31</sup>. Em novembro de 2005 a Anatel aprovou a operação e encaminhou para avaliação do CADE, que recomendou aprovação com restrições pelos prováveis impactos que poderiam causar ao mercado brasileiro. Em maio de 2006, o CADE

<sup>30</sup> Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=30031>

<sup>31</sup> Antes da fusão com a DirecTV, os acionistas eram, por ordem de representação, Globopar (54%), News Corporation – do Grupo Murdoch - (36%) e Libery Media Corporation (10%).



também aprovou a fusão Sky e DirecTV com uma série de restrições<sup>32</sup>. A empresa resultante, Sky Brasil Serviços Ltda., ficou definida como uma operadora de TV digital via satélite Direct-To-Home (DTH).

Para o pesquisador e professor Venício Lima, em entrevista<sup>33</sup> aos veículos de comunicação do segmento de telecomunicações em 2006, “a fusão significa na prática o monopólio virtual da televisão paga via satélite”. Ele acreditava que o Cade não iria aprovar essa fusão e avaliou como “um equívoco” o Conselho considerar a mídia como uma empresa qualquer. “A mídia é a principal construtora das representações sociais e da circulação das informações. Concentrações nesta área não podem ser consideradas só no plano econômico. Neste caso, o mesmo grupo controlando o setor pode até comprometer a democracia”<sup>34</sup>.

O Grupo Claro, formado pela Holding América Móvil, é uma a empresa do Grupo do empresário mexicano Carlos Slim que entrou no mercado brasileiro de TV por assinatura em 2005, depois que a Telmex passou a fazer parte do grupo controlador da Net. Em setembro do mesmo ano, a Embratel Participações anunciou a incorporação da Telmex do Brasil e da participação acionária de 37,1% do capital social da Net Serviços de Comunicação S.A. detido pela Telmex do México. Em março de 2006, a Anatel aprovou a aquisição de ações da Net pela Telmex e encaminhou para a aprovação do CADE - Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Somente no final de 2014 o Grupo concluiu a fusão da Embratel, Net e Claro em uma única empresa, a Claro S.A (Figura 5).

### **Figura 5: Estrutura societária do Grupo Claro S.A.**

---

<sup>32</sup>Detalhes sobre as restrições impostas pelo CADE à DirecTV e ao Grupo Globo podem ser vistos em: <http://www.telesintese.com.br/cade-aprova-fusao-sky-directv-mas-impoe-restricoes/>

<sup>33</sup> Disponível em [http://www.conjur.com.br/2006-mai-26/cade\\_aprova\\_fusao\\_sky\\_directv\\_restricoes](http://www.conjur.com.br/2006-mai-26/cade_aprova_fusao_sky_directv_restricoes)

<sup>34</sup> Venício Lima avalia a aprovação do CADE diante da fusão da Sky e DirecTV , [http://www.conjur.com.br/2006-mai-26/cade\\_aprova\\_fusao\\_sky\\_directv\\_restricoes](http://www.conjur.com.br/2006-mai-26/cade_aprova_fusao_sky_directv_restricoes)



Fonte: Teleco

Outro grupo de telefonia que aderiu ao mercado de TV por assinatura foi o da Oi, que em 2009 foi autorizado a operar com a tecnologia DTH, e em 2011 passou a ter a Portugal Telecom entre seus sócios. Em 2012 a Oi fez uma reestruturação societária, em que a TNL, Coari e os acionistas de TMAR foram incorporados pela Oi S.A., surgindo desta forma uma nova denominação corporativa, a Brasil Telecom S.A. Em 2013 acontece a fusão da Oi com a Portugal Telecom, e em 2014, a Venda dos Ativos da Portugal Telecom para a Altice. Com essa operação, passam a fazer parte do conglomerado da Oi as seguintes empresas: Grupo Oi, Oi Brasil, BrT, Portugal Telecom. Em abril de 2016, a Oi anunciou a celebração de um acordo de confidencialidade com a Moelis & Company, empresa que assessora um grupo de detentores de títulos da sua dívida. Em junho, a Justiça aprovou o pedido de recuperação judicial, nomeando como administradores judiciais da Oi a Pricewaterhouse Coopers e o escritório de advocacia Arnoldo Wald.

Em 2014, uma nova notícia movimentou o mercado brasileiro negativamente: a compra da Sky/DirectTV pela gigante AT&T, segunda maior operadora de telefonia móvel dos Estados Unidos, uma operação de US\$ 48,5 bilhões (R\$ 107,3 bilhões na cotação da época), autorizada pela FCC com restrições, depois de 1 ano<sup>35</sup>. No anúncio, a AT&T citou as operações da DirecTV na América Latina, onde é controladora da Sky Brasil, com participação de 93%, junto com as Organizações Globo. Essa compra ainda teria que ter sido

<sup>35</sup> "A AT&T Entertainment & Internet Services, empresa resultante da fusão das teles, será obrigada a expandir, em quatro anos, a sua rede de fibra ótica, passando por 12,5 milhões de lares. Também deverá atingir escolas e bibliotecas elegíveis no programa E-rate – que garante acesso banda larga mais acessível para algumas instituições. Hoje a operadora passa por 57 milhões de lares[nos EUA] com a rede de banda larga e conta com aproximadamente 16 milhões de assinantes. A FCC também se preocupou com a neutralidade de rede. A AT&T/DirecTV foi proibida de usar práticas discriminatórias aos serviços de distribuição de vídeo on-line e terá de apresentar seus acordos de interconexão de Internet para revisão do órgão regulador". Disponível em <http://www.convergenciadigital.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?UserActiveTemplate=site&infoid=40190&sid=8>



aprovada pela Anatel e pelo CADE, porque envolvia a propriedade cruzada com a América Móvil, da qual a AT&T detém participação de 8%. A América Móvil, que é dona da Claro, NET e Embratel, lidera o mercado de TV paga nacional, com 54%, seguida pela Sky Brasil, com 30%. Esta empresa, por sua vez, é controlada pela Direct TV e tem uma pequena participação das Organizações Globo, como já citado. Por isso, o CADE aprovou a compra sob a condição de que a AT&T se desfizesse dos 8% das ações que possuía na América Móvil, o que foi aceito. Em 29 de setembro de 2014 a Anatel também aprovou a compra<sup>36</sup>.

Em 2016, a AT&T, operadora de telefonia, provedora de TV a cabo e internet móvel e fixa, avaliada em US\$ 230,6 bilhões, anunciou mais uma megaoperação, a compra da Time Warner por US\$ 84,5 bilhões. Mas a proposta pode ir além caso a holding absorva a dívida do grupo, caso isso aconteça a operação pode chegar a US\$ 108,7 bilhões. A Time Warner é o terceiro maior conglomerado do mundo do ramo de entretenimento, proprietário de canais de televisão como HBO e CNN e dos estúdios Warner Bros. Com a aquisição bilionária, a AT&T controlará um importante catálogo de conteúdo em áreas como esporte, cinema e séries de TV (Games of Thrones, The Wire, Sex in the City, The Sopranos). A aquisição foi aprovada pela a União Européia em março de 2017, o que elevou o valor da nova empresa para a casa dos US\$ 300 bilhões.

No Brasil, os artigos 5º e 6º da Lei de Serviço de Acesso Condicionado (SeAc) – 12.485/2011 não permitem que uma controladora de telecomunicações seja também dona de produtora de conteúdo ou vice-versa, com o objetivo evitar a concentração vertical dos detentores da infraestrutura e dos programadores de conteúdo audiovisual<sup>37</sup>. Mas a Time Warner é proprietária de vários canais pagos disponíveis no país, como Warner Channel, Cartoon Network, Boomerang, HBO ou mesmo o Esporte Interativo. Ainda assim, os técnicos

---

<sup>36</sup> Anatel dá sinal verde para compra da Sky pela AT&T, disponível em

<http://exame.abril.com.br/tecnologia/anatel-da-sinal-verde-para-compra-da-sky-pela-at-t/>

<sup>37</sup> “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. (Vigência)”, Art. 6º As prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo, bem como suas controladas, controladoras ou coligadas, não poderão, com a finalidade de produzir conteúdo audiovisual para sua veiculação no serviço de acesso condicionado ou no serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens: I - adquirir ou financiar a aquisição de direitos de exploração de imagens de eventos de interesse nacional; e II - contratar talentos artísticos nacionais de qualquer natureza, inclusive direitos sobre obras de autores nacionais. Parágrafo único. As restrições de que trata este artigo não se aplicam quando a aquisição ou a contratação se destinar exclusivamente à produção de peças publicitárias.

Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/L12485.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/L12485.htm)



da Anatel deram o parecer favorável à operação no Brasil<sup>38</sup>, em maio de 2017, recomendando o julgamento do CADE. Este, entretanto, informou que as agências reguladoras precisam emitir parecer, porque não é só uma questão concorrencial.

Seguindo essa orientação, a Ancine emitiu uma nota técnica em 12 de maio de 2017, contrária à compra realizada pela AT&T em 2016:

Entre os efeitos prejudiciais à concorrência a agência aponta que essa verticalização pode afetar tanto o mercado de programação como o de empacotamento nacional. No primeiro caso, alerta que, a partir dessa fusão, pode-se “alterar os incentivos da operadora Sky/AT&T em adotar estratégias comerciais que priorizem os canais de TV por assinatura do grupo Time Warner em seus pacotes, e/ou que estabeleçam uma precificação às programadoras concorrentes mais agressiva do que seria observado se o grupo não estivesse verticalmente integrado. E no caso do mercado de empacotamento/ distribuição, a Ancine considera que, ao analisar os contratos de licenciamento de canais de TV por assinatura, “observa-se que as programadoras pertencentes ao grupo Time Warner costumam impor cláusulas, usualmente às operadoras de menor porte, para assegurar que seus canais de programação tenham exposição prioritária ou sejam incluídos em um maior número de pacotes de TV por assinatura. No entanto, tais cláusulas, quando estabelecidas em termos contratuais com operadoras de TV por assinatura com poder de mercado no elo de empacotamento, podem resultar em desvantagens às programadoras rivais, dificultando a entrada de novas firmas e/ou a permanência de firmas já estabelecidas” (ANCINE, Nota técnica 03/2017, publicada em 12 de maio de 2017)<sup>39</sup>.

A Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) recorreu juridicamente ao Cade, solicitando que o caso fosse julgado pela Lei do SeAC e os artigos 5 e 6 sob o ângulo concorrencial, e não regulatório. De acordo com a reportagem de Miriam Aquino<sup>40</sup>, em 2 de maio de 2017, na revista Telesintese,

(...) para os empresários das televisões comerciais, mesmo que a sede da Time Warner seja em Nova Iorque, a empresa programa e distribui sua programação em solo brasileiro, inclusive cumprindo as cotas estabelecidas pela Lei e pela Ancine. Além disso, a Abert argumenta à entidade, se essa operação for permitida, uma operadora de telecomunicações – a Sky – ficará

<sup>38</sup> “a operação que resultará na relação vertical entre as atividades de produção e programação de conteúdo do Grupo Time Warner e os serviços de TV por assinatura via satélite prestados pelo Grupo Sky, por meio de empresa sob controle comum, a AT&T, não ensejaria óbices ao atendimento do art. 5º da Lei do SeAC, sob o ponto de vista do mercado brasileiro de prestação de serviços de telecomunicações, uma vez que as 6 (seis) empresas do Grupo Time Warner, que atuam no Brasil, são empresas subsidiárias da Time Warner e não possuem sede no Brasil. Neste contexto, não havendo óbices ao atendimento do art. 5º da Lei do SeAC, visto que a produtora e programadora de conteúdo deve ter sede no Brasil, o que não se verifica no caso ora em estudo, sob o ponto de vista legal e regulamentar não caberia qualquer atuação por parte do órgão regulador das telecomunicações no Brasil.”, disponível em <http://zip.net/bftM7C>

<sup>39</sup> Nota técnica da Ancine, sobre o Ato de Concentração nº 08700.001390/2017-14 que trata da aquisição total de controle da Time Warner pela AT&T, disponível em <http://www.telesintese.com.br/wp-content/uploads/2017/05/Nota-tecnica-Ancine-ATT-TimeWarner.pdf>

<sup>40</sup> Disponível em: <http://www.telesintese.com.br/tecnicos-da-anatel-liberam-operacao-att-time-warner/>



coligada a uma gigante empacotadora e distribuidora de conteúdo e poderá ainda contratar talentos nacionais ou comprar eventos de interesse nacional, o que também está proibido pela lei (Telsíntese, 2017).

Outro exemplo recente dessa movimentação envolve a Global Village Telecom (GVT), uma empresa de telecomunicações de origem holandesa, que começou as suas atividades no Brasil no ano 2000, com sede na cidade de Curitiba, e chegou a empregar mais de 5 mil funcionários no país. A operadora fornecia serviços de telefonia fixa, banda larga e TV por assinatura, além de muitas tecnologias e interatividades, a exemplo de um aplicativo de músicas. Em 2010, o controle da empresa passou para o grupo francês Vivendi<sup>41</sup> e a GVT ganhou notoriedade por prestar um serviço de conexão de banda larga com qualidade acima da média brasileira, na época.

Contudo, a partir de 2013, a empresa começou a passar por processos de tentativas de venda e fusões, entremeadas por desistências da Vivendi, até que, em 21 de junho de 2016, a Anatel oficializou no Diário Oficial da União a transferência “da empresa de telefonia e internet GVT para a Telefônica Brasil<sup>42</sup>(controladora da Vivo) autorizações que permitem a exploração de serviços de telefonia fixa e de TV por assinatura<sup>43</sup>. Com esta operação, calculada em 7,45 bilhões de euros, a operadora Vivo passa a responder junto à Anatel pelos direitos e obrigações contratuais das concessões públicas que antes eram da GVT. Essas transferências abrangem inclusive as outorgas para exploração de radiofrequências pela nova empresa, porém, com uma condicionante determinada pela Anatel: que a nova empresa permanecesse com a atual cobertura geográfica dos serviços de telefone fixo e de comunicação multimídia, bem como com os planos de serviço já contratados<sup>44</sup>. A nova empresa também fica obrigada a apresentar à Anatel um plano de expansão da área de cobertura das redes dos principais serviços de telecomunicações vigentes, e que toda a ampliação, tanto de mercado quanto de tecnologia, seja feita em localidades fora do Estado de São Paulo nos próximos três anos.

---

<sup>41</sup>Fundado em 2000 e composto por seis empresas que atuam no setor de telecomunicações e atividades multimídia (música, televisão, cinema, editoração, video games e Internet), segundo o site Teleco (disponível em: <http://www.teleco.com.br/operadoras/vivendi.asp>).

<sup>42</sup> Subsidiária da Telefônica de Espanha, que se apresenta como “um dos maiores conglomerados de comunicação, informação e entretenimento do mundo, com presença em 21 países”. Atua no Brasil desde 1998, a partir do processo de privatização das telecomunicações, e afirma estar presente em “mais de 3.800 cidades, atingindo mais de 97,2 milhões de acessos, dos quais 73,3 milhões no negócio móvel”. Na operação fixa, que abrange voz, banda larga e TV por assinatura, o número de acessos chegou a 23,9 milhões [no primeiro trimestre de 2016], volume 1,9% maior do que igual período do ano anterior. Ver em: <http://www.telefonica.com.br/>.

<sup>43</sup>Dados a Vivendi e a GVT podem ser encontrados no link: [http://www.meiosnobrasil.com.br/?page\\_id=228](http://www.meiosnobrasil.com.br/?page_id=228)

<sup>44</sup> Portal Brasil, através da Anatel, torna público o processo de venda da GVT à Vivo no endereço <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2016/06/anatel-autoriza-transferencia-de-concessoes-da-gvt-para-vivo>

### 2.2.1. Evolução de assinantes/ audiência da TV paga

Levantamento feito para esta pesquisa em documentos disponíveis na Anatel, visando comparar o desempenho de cada grupo econômico no último mês de cada ano, entre 2010 e 2013, constatou que o grupo Net/Embratel foi o que mais cresceu nesses quatro anos consecutivos, em termos de números de assinantes<sup>45</sup> deixando a Sky/Direct TV em segundo lugar, a Oi Telecomunicações em terceiro, a Telefônica em quarto lugar e a GVT em quinto lugar, conforme Tabela 2. Esse número quase dobrou nos quatro anos pesquisados, de quase 9 milhões e 800 mil acessos em 2010 para pouco mais de 18 milhões no final de 2013.

**Tabela 2: Número de acessos durante o período de 2010 a 2013**

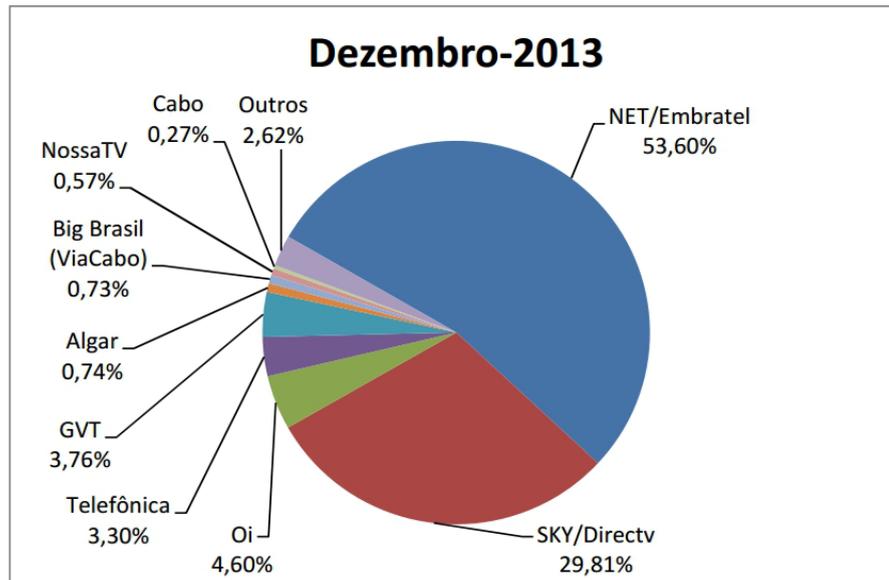
<b>NÚMERO DE ACESSOS</b>				
<b>GRUPO ECONÔMICO</b>	<b>dez/10</b>	<b>dez/11</b>	<b>dez/12</b>	<b>dez/13</b>
Embratel/NET	5.338.151	6.997.382	8.479.668	9.657.664
SKY/Directv	2.552.039	3.796.614	5.043.683	5.371.370
Oi	402.062	351.183	748.758	828.843
Telefônica	486.292	545.824	594.907	593.848
GVT	0	32.136	425.635	677.544
Algar (CTBC Telecom)	81.229	93.984	112.984	133.893
Big Brasil	84.075	96.646	117.762	131.004
NossaTV	92.299	80.894	86.841	103.543
Cabo	34.551	40.716	45.239	49.338
Outros	698.295	708.646	533.480	472.630
<b>TOTAL</b>	<b>9.768.993</b>	<b>12.744.025</b>	<b>16.188.957</b>	<b>18.019.677</b>

Fonte: Anatel

Ainda de acordo com a Anatel, em dezembro de 2013, a Net/Embratel manteve-se na primeira posição também em termos percentuais, com mais de 50% do total de assinaturas comercializadas no Brasil, seguida pela Sky, com quase 30% desse mercado (ver Gráfico 1).

### Gráfico 1: Percentual de assinaturas de cada operadora de TV em 2013

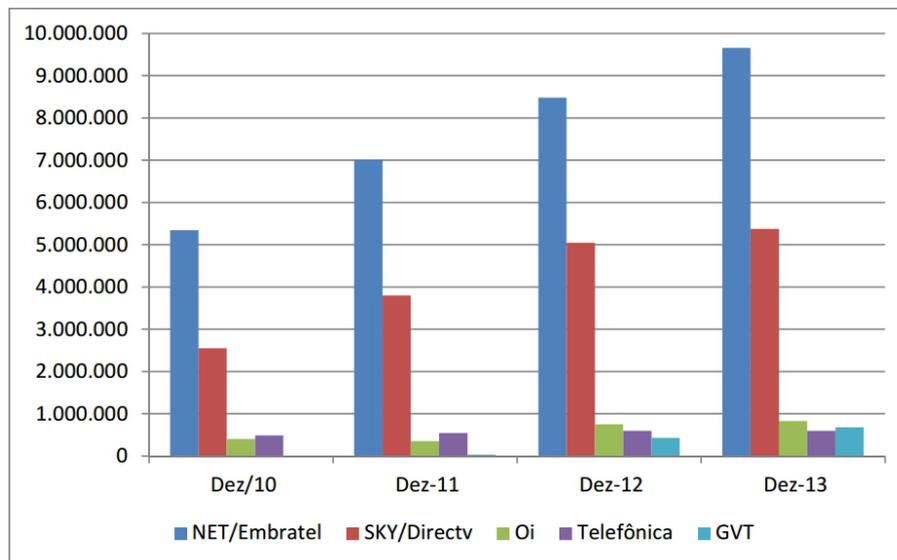
<sup>45</sup> Ao longo do texto consideraremos número de assinantes equivalente a número de acessos.



Fonte: Anatel, 2014

Para a Agência Nacional de Telecomunicações a competição no mercado de TV por Assinatura até 2013 tem como destaque o grupo econômico Net/Embratel, que em dezembro de 2013 já ultrapassava os 9 milhões de assinantes (ver Gráfico 2).

**Gráfico 2: Competição no mercado de TV por Assinatura**



Fonte: Anatel, 2014

No entanto, vale ressaltar que, em termos percentuais relacionados ao número de acessos/ número de assinaturas, o crescimento da operadora Sky foi maior que o da Net em 2011, com mais de 48%, e em 2012, com mais de 32%. Porém, em 2013, a Sky não conseguiu

crescer mais do que 6,5%, contra 13,89% da NET, 10,70% da Oi e o resultado negativo de 0,18% da Telefônica, conforme o Tabela 3.

**Tabela 3: Crescimento por grupo econômico de TV por assinatura de 2011 a 2013**

<b>CRESCIMENTO PERCENTUAL</b>			
<b>GRUPO ECONÔMICO</b>	<b>dez/11</b>	<b>dez/12</b>	<b>dez/13</b>
Embratel/NET	31,08%	21,18%	13,89%
SKY/Directv	48,77%	32,85%	6,50%
Oi	-12,65%	113,21%	10,70%
Telefônica	12,24%	8,99%	-0,18%
GVT	-	1.224,48%	59,18%
Algar (CTBC Telecom)	15,70%	20,22%	18,51%
Big Brasil	14,95%	21,85%	11,24%
NossaTV	-12,36%	7,35%	19,23%
Cabo	17,84%	11,11%	9,06%

Fonte: Anatel

A Sky, que se autodenomina a “maior operadora de TV por assinatura via satélite na América Latina<sup>46</sup>”, garantia “ter transmissão para todo o território nacional”, em 2013, totalizando 15 milhões de telespectadores, o que representaria aproximadamente 30% de todos os assinantes de TV paga do País. Em junho de 2013 a operadora DIRECTV, controladora da SKY Brasil, informou à Anatel que a quantidade de assinantes referente ao mês de maio apresentou uma redução de cerca de 130 mil em relação ao mês anterior. A justificativa se dá pelo reflexo da retirada da base de assinantes da Sky que não estavam mais utilizando o serviço, segundo resultados preliminares da investigação interna.

De acordo com a Anatel, a queda registrada foi influenciada principalmente por uma redução de 130,45 mil assinaturas do Grupo SKY. A SKY não explicou o motivo da queda na base de clientes, apenas informou, por meio de sua assessoria de imprensa, que “os números refletem a correção apresentada pela SKY à Anatel”. DirecTV, controladora da SKY, informou em comunicado ao mercado norte-americano que sua unidade SKY no Brasil havia “inflado” a base de assinantes em 200 mil clientes no final de março. Segundo a Anatel, o total de assinantes registrado no país em maio ficou em 16,93 milhões. Considerando o número médio de 3,2 pessoas por domicílio, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os serviços de TV por assinatura são distribuídos para aproximadamente 54,2 milhões de brasileiros e estão presentes em 27,9% das residências. Em abril, esse percentual era 28,1%. Mesmo com a queda no número de assinantes da SKY, os serviços prestados via satélite continuam com a maior participação

<sup>46</sup> Segundo a página institucional da operadora em: <https://assine.sky.com.br/sobre/a-sky>.



no mercado, com 61,9% da base de assinantes, enquanto a TV a cabo alcançou 37,8% das assinaturas (AGÊNCIA BRASIL,2013).<sup>47</sup>

Mas em 2016, a contabilidade de assinantes chegaria a 5 milhões, de acordo com a operadora. Sua composição acionária é formada pelo Directv Group, “um dos maiores grupos de comunicação do mundo” no segmento de televisão por assinatura via satélite, que nos Estados Unidos “atende 15 milhões de assinantes”; e pela Globopar - Globo Comunicação e Participações S.A., apresentada pelo site da SKY como “o grupo de mídia líder no Brasil”, que domina vários negócios na indústria do entretenimento.

Outro dado que chama a atenção é um recorde da Net, por conta dos acessos de novas autorizações (SeAC), que levaram algum tempo para serem contabilizados pela Anatel. Esta é uma das causas para a adição líquida recorde (250 mil) da NET quando este problema foi regularizado. Em janeiro de 2012, a Anatel aprovou a transferência do controle da Net, da Globo para a Embratel. Com isso, a hegemonia do grupo Claro segue em crescimento desde dezembro de 2010, apesar da redução no número de acessos/assinantes.

**Tabela 4: Número de acessos por operadora (2014 a maio/2017)**

Operadoras	2014	2015	2016	1T17	Abr/17	Mai/17
Grupo Claro*	10.325	10.050	9.905	9.739	9.619	9.511
Sky	5.643	5.444	5.249	5.588	5.540	5.508
Vivo*	1.652	1.788	1.714	1.661	1.659	1.652
Oi	1.303	1.169	1.304	1.351	1.373	1.390
Nossa TV	124	130	128	127	127	127
Algar	121	107	98	97	98	98
Cabo	48	50	51	52	52	53
Outros	357	385	345	316	311	303
<b>Total Geral</b>	<b>19.574</b>	<b>19.114</b>	<b>18.796</b>	<b>18.933</b>	<b>18.779</b>	<b>18.643</b>

Nota: Grupo Claro incluem acessos da Blue. Vivo inclui acessos da GVT.

Fonte: Teleco

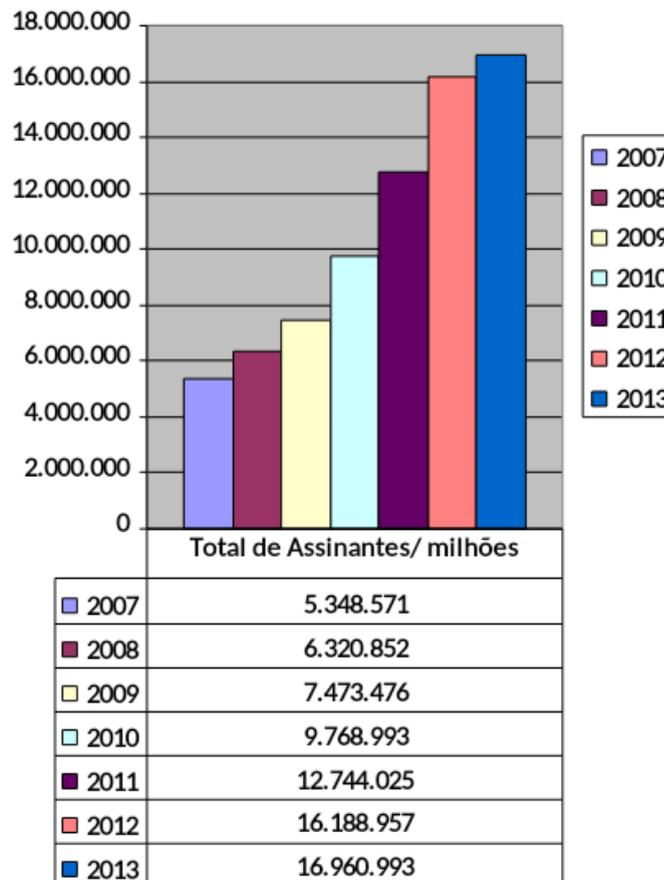
De acordo com os dados da Anatel, em 2013 estimava-se que cerca de 54 milhões de brasileiros tinham acesso à TV por assinatura, o que representava 27,8% dos lares. O maior crescimento em assinaturas ocorreu entre 2009 e 2012, conforme mostra a Gráfico 3, mas

<sup>47</sup>Disponível

em <http://www.abc.com.br/noticias/brasil/2013/07/correcao-de-numero-de-clientes-da-sky-reduz-assinantes-de-tv-paga-no-pais>

desde 2013 o faturamento das empresas não tem aumentado na mesma proporção. Nesse período, o número de assinantes mais do que dobrou, chegando a 16,2 milhões, e até junho de 2013 este número chegou perto de 17 milhões de assinaturas. Já de acordo com os dados da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), o número de assinantes triplicou entre 2009 e 2012, passando de 4 milhões 12 milhões.

**Gráfico 3: Número de assinantes no Brasil de 2007 a 2013**



Fonte: Anatel, junho de 2013

Ainda segundo a ABTA, em 2010 houve um aumento do serviço em todas as classes de consumo, porém, com patamares diferenciados. Enquanto a classe A aumentou em 13% entre 2010 e 2012, a classe C aumentou em 14%, ou seja, em 2010 representava 17% das assinaturas e em 2012, 31%. Mas a maior fatia de usuários manteve-se na classe B, que representava 43% e passou para 63% durante o período. Dados do Instituto de Pesquisa IPSOS/Marplan, de dezembro de 2012, divulgados pela ABTA também mostram a evolução da adesão à TV por Assinatura, com aumento em todas as classes de consumo. Apesar das Classes C e D apresentarem um crescimento médio de 2,5% entre 2010 e 2012, houve um avanço maior de 2010 para 2011 (3%) do que de 2011 a 2012 (2%). Entretanto, as pesquisas



sobre o perfil de quem consome TV por Assinatura não deixam claro o padrão de referência utilizado a partir de 2014, se o do IBGE ou o da Secretária de Assuntos Estratégicos.

#### **Gráfico 4: Penetração do meio por classe social em 2010, 2011, 2012**

A última pesquisa sobre penetração da TV por Assinatura por classe social foi realizada com base no Novo Critério Brasil, que inclui as observações de análises da Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa (ABEP) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e ganhou uma nova versão em 2015. “O critério atribui pontos em função de cada característica domiciliar e realiza a soma destes pontos. É feita então uma correspondência entre faixas de pontuação do critério e estratos de classificação econômica definidos por A1, A2, B1, B2, C1, C2, D, E”. Desta forma, há uma nova formatação de classe social brasileira no consumo de TV por assinatura. Em 2016, ocorre uma redução dos índices relativos ao consumo da classe A, que mesmo ainda sendo o maior, fica em 75%, equiparando-se com o do ano de 2010. Já no que se refere à classe C de consumo, houve um aumento de 51% se comparado o período de 2010 com 2017<sup>48</sup>(ver gráfico 4 e figura 6). Se comparado o ano de 2012 ao do divulgado pelo Mídia Fatos em 2017 o aumento foi de 37% . De acordo com a pesquisa do Mídia Fatos publicada em 2017, esta categoria busca a assinatura desse serviço porque define a TV por assinatura como um lazer acessível, conforme o Figura 6.

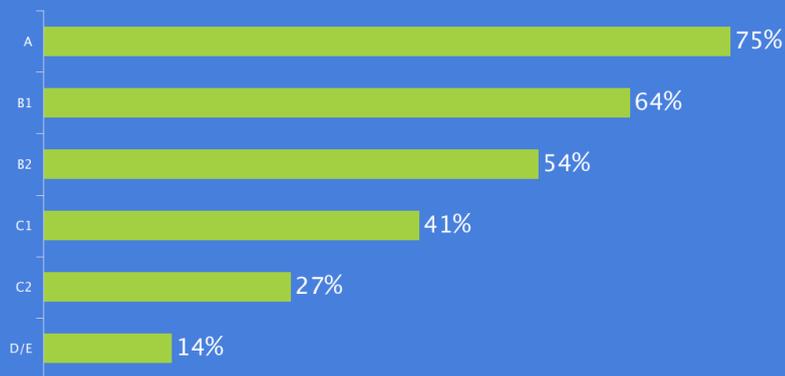
#### **Figura 6: Penetração da TV por assinatura por classe social**

---

<sup>48</sup>Alguns grupos passaram a apresentar subcategorias a partir de 2015, por exemplo, a classe A (A1, A2), a classe B (B1, B2), e a classe C (C1, C2). Com essa nova classificação econômica, o grupo A1 é a classe mais alta (melhor qualidade de vida e maior poder aquisitivo), enquanto o grupo E, indica a classe mais baixa, ou seja, com menor poder aquisitivo e baixa qualidade de vida. Esse critério leva em conta a renda familiar, os bens e o grau de escolaridade.

#### Penetração do meio por classe social

A penetração da TV por assinatura é mais expressiva na classe A, com 75%, enquanto que na classe C o crescimento é constante, uma vez que a TV por assinatura é vista como uma fonte de lazer acessível.

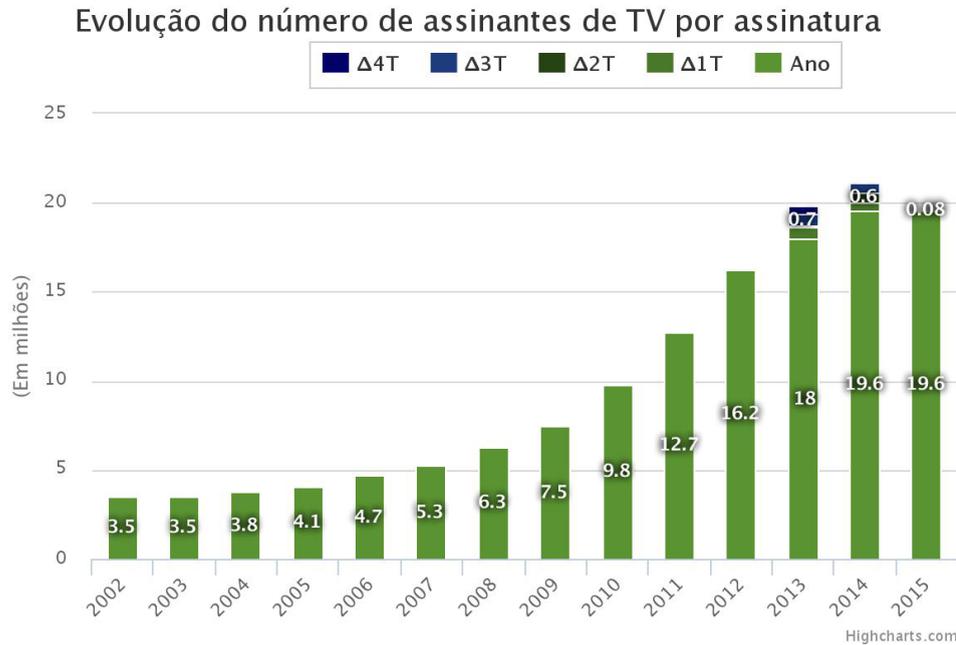


Fonte: Ipsos Connect: EGM Multimídia, janeiro a dezembro/2015, 12 mercados. | Possui TV por assinatura (18.394). Total de indivíduos 10+ (48.248)

Representantes de empresas e alguns estudiosos atribuem esse aumento exponencial às mudanças econômicas ocorridas no Brasil no período, e ao acesso a uma tecnologia que antes era considerada muito cara para o usuário. Poucos tinham como arcar com o custo da assinatura mensal de uma TV fechada. Com o crescimento da economia brasileira, a chamada “classe C”<sup>49</sup> foi incorporada a certas faixas de consumo das quais antes estava excluída e o setor começou a se adaptar ao novo perfil de assinantes. A incorporação desse público fez com que a programação fosse adaptada ao seu gosto, bem como às suas condições de recepção. Uma das principais mudanças foi a alteração do áudio de programas estrangeiros para o português, excluindo apenas a opção de legenda do áudio original, fosse em língua inglesa, francesa ou italiana, entre outras. Segundo Britto (2012), a rede Telecine, de canais de filmes, lançou um pacote de três canais direcionados para essa “nova classe média”, no fim de 2011. “Seis meses após aderir à dublagem, o Telecine Action ganhou 47% de audiência”. Entretanto, dados mais recentes da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA) indicam uma evolução mais lenta na base de assinantes, que estagnou entre 2014 e 2015, como se pode observar no Gráfico 5.

<sup>49</sup> Categoria utilizada nas áreas de publicidade e marketing, cujo uso foi “impulsionado por recentes trabalhos de acadêmicos que definem as classes exclusivamente, ou em parte, através da renda ou do acesso ao consumo”, segundo Scalón e Salata (2012), que questionam essa abordagem.

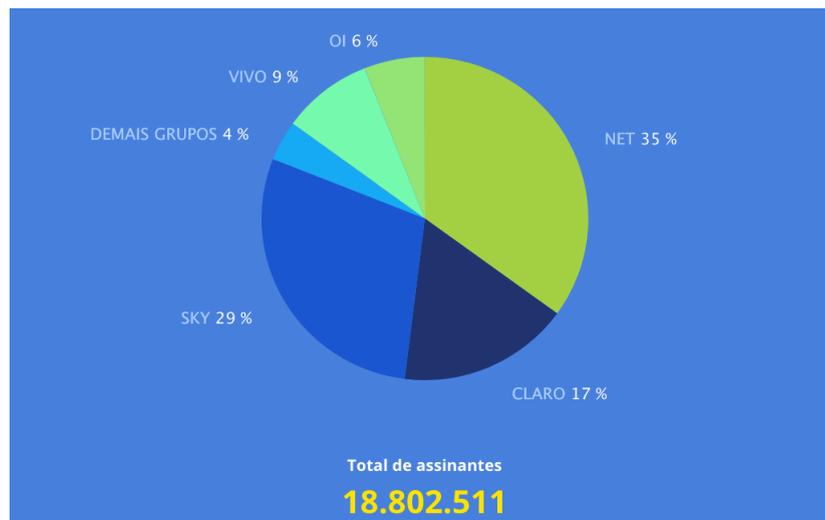
**Gráfico 5: Número de Assinantes até 2015**



Fonte: ABTA

De acordo com o anuário Mídia Fatos (2017), o Brasil é o oitavo mercado de TV por Assinatura no mundo. Pela Anatel, são 18,8 milhões de domicílios com acesso a canais pagos. O brasileiro passa em média 3h assistindo TV por assinatura. Apesar de o setor demonstrar otimismo, a base de assinantes tem diminuído. Em novembro de 2016 a Anatel registrou uma queda de 95.997 assinaturas, menos 0,51% em relação ao mês anterior. Em comparação com novembro de 2015, a redução foi ainda maior, 352.629 assinaturas, menos 1,83%. Considerado o ano de 2015 a novembro de 2016 somente a prestadora Oi apresentou acréscimo na base de assinantes de TV paga: 10,18% a mais no número de assinantes de novembro de 2015 a novembro de 2016, com 118.865 assinaturas; de outubro a novembro de 2016, o crescimento foi de 0,95%, com 12.119 novas assinaturas. Em 2016, a Net manteve a sua hegemonia e ficou com 35% da base de assinantes, em seguida veio a Sky com 29%, a Claro com 17%, a vivo com 9%, a Oi com 6% e os demais grupos com 4%.

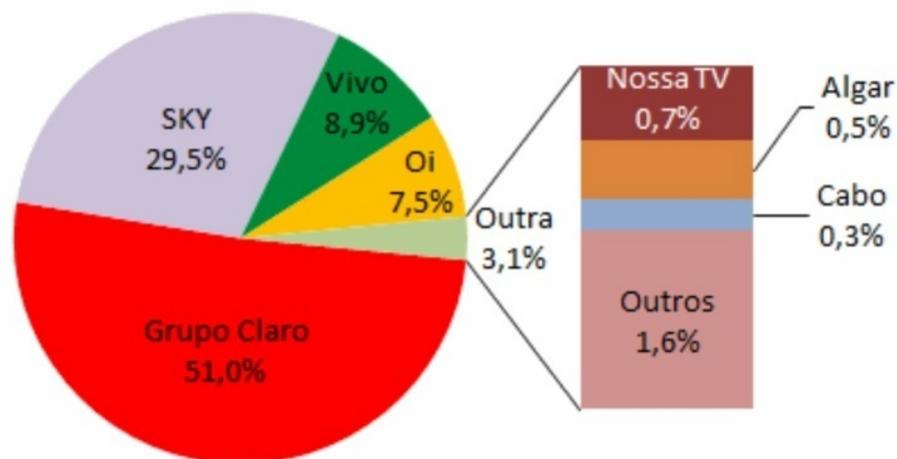
**Figura 7: Audiência por grupo econômico – 2016**



Fonte: Anatel – dezembro/2016

O *market share* do setor, em maio de 2017, estava dividido da seguinte forma entre os grupos econômicos que atuam no setor:

**Figura 8: Market Share da TV por assinatura -Maio/2017**



Fonte: Teleco

### 2.2.2. Modelos de negócios dominantes: tecnologias e serviços combinados

Além desse crescimento no número de assinantes, o interesse desta pesquisa decorre também das mudanças no mercado de TV por Assinatura, desde o marco da Lei 12.485 de 2011, que regulamenta os serviços de televisão paga às características da concorrência do mercado. Encontram-se, aí, desde as opções tecnológicas até as principais ações mercadológicas sob a ótica da venda ou fusões dos grandes grupos econômicos, como ocorrido nos últimos anos no país. Como o setor é privatizado, os investimentos crescem para

garantir o maior número de assinantes, principalmente no quesito tecnologia, e as empresas de TV por Assinatura ampliam os serviços de forma cada vez mais veloz. Antes os usuários compravam pacotes somente pela TV por assinatura, mas hoje, com a tecnologia “triple-play”, que abrange a combinação de voz, dados e multimídia sob um único canal de comunicação, a operadora garante o acesso a três serviços: Internet banda larga, telefonia e vídeo.

No Brasil as seguintes tecnologias compõem o sistema de Serviço de Acesso Condicionado: TV a Cabo, MMDS, TVA, DTH e FTTH. Segundo a Anatel, 60% dos assinantes existentes em 2013 utilizavam tecnologia de TV a Cabo (TVC), o que correspondia a 10.367.271; 38% dos assinantes (6.337.134) optaram pelo DTH, e apenas 0,6% (101.289 usuários) assinavam serviços com a tecnologia MMDS

**Figura 9: Acesso da TV por Assinatura por tecnologia**

Milhares	2014	2015	2016	1T17	Abr/17	Mai/17
DTH	11.943	11.113	10.766	10.977	10.877	10.795
TV a Cabo	7.521	7.817	7.802	7.735	7.680	7.628
FTTH	95	171	221	220	220	218
MMDS	12	9	7	2	2	1
TVA (UHF)	3	3	0,1	0,1	0,1	0,1
<b>Total</b>	<b>19.574</b>	<b>19.114</b>	<b>18,796</b>	<b>18.933</b>	<b>18.779</b>	<b>18.643</b>
Densidade*	9,6	9,3	9,1	9,1	9,1	9,0

\*Assinantes/100hab; A densidade está sendo calculada com a revisão 2013 da projeção mensal da população realizada pelo IBGE divulgada em Abr/14.

Fonte: Teleco com base nos dados da Anatel

Para o assinante conseguir assistir à programação dessa tecnologia, a operadora precisa captar e retransmitir o sinal por cabo, uma central técnica equipada com antenas via satélite e outras antenas, para receber as ondas terrestres, reúne os canais e distribui através da rede de cabos aos domicílios. No início da implantação dessa tecnologia no Brasil, os cabos usados eram os chamados “coaxiais” e conforme a distância que precisassem ir deixariam perder gradualmente o sinal que carregavam. Mas o problema foi solucionado com o surgimento da fibra óptica, porque reduziram o número de amplificadores – que eram

utilizados durante o percurso dos cabos coaxiais, para que o sinal não desaparecesse – a oferta ficou mais estável no sinal, assim como aumentou o número de canais que eram ofertados, acrescentando outros serviços aos assinantes a partir da fibra óptica como o pay-per-view e o acesso à Internet.

**Figura 10: Market Share da tecnologia de TV por assinatura**

%	2014	2015	2016	1T17	Abr/17	Mai/17
DTH	61,4%	58,1%	57,2%	58,0%	57,9%	57,9%
TV Cabo <sup>a</sup>	38,7%	40,9%	41,6%	40,9%	40,9%	40,9%
FTTH	0,5%	0,9%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%
MMDS	0,06%	0,05%	0,04%	0,01%	0,01%	0,01%
<b>Total</b>	<b>19.574</b>	<b>19.114</b>	<b>18.796</b>	<b>18.933</b>	<b>18.779</b>	<b>18.643</b>

Fonte: Teleco

A tecnologia MMDS ou ‘Cabo Wireless’ como ficou conhecida no início da implantação no Brasil, é uma tecnologia de telecomunicações sem fio, foi considerada como uma alternativa de recepção de programação em oposição ao cabo, muitas empresas ofereciam e podem até oferecer serviços de MMDS nas áreas urbanas. Entretanto em 2012, a Anatel leiloou uma parte da faixa do espectro usado pela MMDS (2,5 GHz) para a implementação do 4G (LTE). Além disso, grandes grupos econômicos passaram a comprar as operadoras que atuavam nesse segmento, com o objetivo de ampliar o serviço de internet banda larga. A compra do espectro MMDS resultou no aumento da tecnologia ofertada para os clientes. Assim, alguns grupos passaram a ofertar outros serviços e não somente a televisão por assinatura, como mostra a Tabela 5 a seguir com a tecnologia que é ofertada por cada operadora no Brasil. A operadora Net utiliza a tecnologia a cabo, a Claro/Embratel a tecnologia DTH, com a utilização da "banda Ku" que tem faixa de frequência da ordem de 11 a 14 Ghz e é utilizada para comunicação via satélite de sinais para distribuição de canais de TV fechados. Devido à alta potência do satélite, as antenas necessárias para a recepção dos sinais têm em média 60 centímetros. A Sky/Direct Tv também utiliza o DTH, foi a primeira empresa de TV por assinatura do Brasil, via satélite pelo sistema digital DTH em banda Ku, a SKY nasceu em agosto de 2006, resultado da fusão das operadoras SKY e DIRECTV que

atuam há mais de 18 anos no Brasil. A Oi no Rio de Janeiro, utiliza a tecnologia da fibra ótica. Em 16 de setembro de 2008, no nordeste a operadora obteve licença da Anatel para operar o serviço de televisão por assinatura via satélite, no sistema Direct to Home (DTH), em todo o Brasil. Em 2009 começou a funcionar em DTH. A operadora NOSSA TV utiliza o sistema DTH, que é um sistema de transmissão via satélite. Todos os serviços de DTH no Brasil usam sinais digitais, o que permite, além de excelente qualidade de som e de imagem, melhor aproveitamento do espaço que ocupam nos satélites.

**Tabela 5: Tecnologia das operadoras**

<b>Operadora</b>	<b>Tecnologia ofertada</b>
Net	TV a Cabo
Claro/Embratel	DTH
Sky/Direct TV	DTH
Oi	No Rio de Janeiro, utiliza a tecnologia da fibra ótica. Em 2009 começou a funcionar o DTH.
GVT/Vivo	DTH
Nossa TV	DTH
Sim TV	TV a cabo – Cabo coaxial
Cabo Telecom	TV a cabo

Fonte: Anatel

A Tabela 6, adiante, apresenta uma visualização das operadoras, com suas opções tecnológicas e difusão pelos municípios nordestinos. As operadoras que atuam em mais de um estado são: Acom Comunicações S/A (5); Powerlice Comunicação (4); NET Serviço de Comunicação (3); MMDS Bahia (2); TV Filme Sistemas (2); Televisão Cidade S/A (2). Além da tecnologia da TV a Cabo, TVA e MMDS, há ainda o crescimento da tecnologia via satélite DTH. De acordo com o relatório Mídia Fatos 2012, a tecnologia DTH está presente em 5.656 municípios brasileiros, já a tecnologia TV a Cabo e MMDS estão presentes em 464 municípios. O destaque para a Acom Comunicações presente em cinco estados, abrangendo 25 municípios. Outro dado que chama a atenção é o da operadora Net Serviços de Comunicação LTDA, única no Nordeste (até este momento pesquisa) a oferecer os três tipos de tecnologias - TV a cabo, MMDS e DTH. Sua abrangência de TV a cabo e MMDS chega a 11 municípios nordestinos. A MMDS Bahia está presente em 18 municípios baianos e um de

Pernambuco; a TV Filme Sistemas cobre dois estados e atua em 15 municípios, sendo três pernambucanos e 12 paraibanos. No que se refere ao serviço de DTH da NET abordaremos logo mais dentro do tópico concorrência de grupos econômicos.

**Tabela 6 - Tecnologia de TV por Assinatura: MMDS e TVC no Nordeste**

Apenas MMDS			Apenas TVC			Atendido por MMDS e TVC		
Municípios	População	Domicílios	Municípios	População	Domicílios	Municípios	População	Domicílios
7	161.598	43.325	1	181.481	49.662	1	932.129	273.897
13	756.472	219.774	4	522.880	158.649	5	3.073.931	1.167.254
7	620.859	171.169	-	-	-	3	2.950.028	847.645
3	122.919	31.103	-	-	-	2	1.093.655	297.499
16	736.562	212.930	-	-	-	1	720.785	212.472
8	869.473	259.676	-	-	-	5	3.058.312	926.775
1	767.557	210.093	1	137.485	35.595	0	00	00
5	370.449	106.676	2	275.018	78.415	1	803.739	235.522
7	292.738	81.608	-	-	-	1	571.149	169.493

Fontes: Anatel, 2012; IBGE Censo 2010/Anatel- Base: Contratos assinados

O relatório da Anatel não registra a tecnologia somente de TV a Cabo no Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco e Sergipe. Entretanto, em Sergipe havia a empresa Sim TV, de tecnologia de TV a Cabo, até 2013, depois na capital chegou a NET que também oferece o serviço de TV a cabo. Nos demais estados em que a Anatel não contabilizou esse tipo de tecnologia (TVC) não foi identificado se há ou não outras operadoras que não foram contabilizadas. Assim como a utilização das outras tecnologias como a DTH (Directto Home)/DSS (Digital Satellite Service), o mesmo que DTH, significa uma das modalidades de serviços especiais regulamentados pelo decreto n.º 2.196 de 08/04/97, que tem como objetivo a distribuição de sinais de televisão ou de áudio, bem como de ambos, através de satélites, a assinantes localizados na área de prestação de serviço. Além da FTH ou FTTH, Fibertothe Home, ou seja, tecnologia de distribuição de sinais em que a fibra chega até a casa do usuário.

**Tabela 7: Estados do Nordeste nos quais Operadoras de TV por Assinatura e Tecnologias estão presentes**

Operadora	Tecnologia	Estado	Nº municípios	Total de municípios
ACOM COMUNICAÇÕES S/A	MMDS	AL	8	25
		MA	5	
		PB	5	
		PI	1	
		RN	6	
MMDS BAHIA LTDA	MMDS	BA	18	19
		PE	1	
TV FILME SISTEMAS LTDA	MMDS	PB	12	15
		PE	3	
NET SERVIÇO DE COMUNICAÇÃO S/A**	MMDS	PE	9	9
TELESERV S/A	MMDS	SE	8	8
JAGADEIRO MMDS	MMDS	CE	6	6
TV SHOW BRASIL	MMDS	CE	4	4
CABLE.COM TELECOMUNICAÇÕES LTDA	TVC	BA	3	3
TELEVISÃO CIDADE S/A	TVC	PE	3	3
NET SERVIÇO DE COMUNICAÇÃO S/A	TVC	AL	1	2
		PB	1	
CABLE BAHIA LTDA	TVC	BA	2	2
RCA COMPANY DE TELECOMUNICAÇÕES LTDA	TVC	BA	2	2
BAHISAT COMUNICAÇÕES	MMDS	BA	1	1
RTVC CAMAÇARI LTDA	TVC	BA	1	1
TELEVISÃO SALVADOR	TVA	BA	1	1
T.B.L-TELECOMUNI-CAÇÕES LTDA.	TVC	BA	1	1
JANGADEIRO CABO LTDA	TVC	CE	1	1
VIDEOMAR REDE NORDESTE	TVC	CE	1	1
RAIMUNDO ANCELMO LIMA MORORO E CIA	TVA	CE	1	1
TELECOMUNICAÇÕES NORDESTE LTDA	TVC	MA	1	1
TV UPAON-AÇU LTDA	TVA	MA	1	1
TV CAMPINA GRANDE S/A	TVC	PB	1	1
RAJADA TELECOMUNICAÇÕES LTDA	TVC	PE	1	1
COLUMBUS PARTICIPAÇÕES S/A	TVC	PE	1	1
SIDYS COMUNICAÇÕES LTDA	TVC	RN	1	1
SISTEMA OESTE DE COMUNICAÇÃO	TVC	RN	1	1
CABO SERVIÇO DE TELECOMUNIAÇÃO LTDA	TVC	RN	1	1
TELEVISÃO CIDADE S/A	TVC	SE	1	1
POWERLICE COMUNICAÇÃO LTDA	TVC	AL	1	4
		MA	1	
		CE	1	
		PI	1	

Fontes: Anatel, 2012

Ressalte-se que há operadoras que não existem mais, porque, como já foi citado, muitas com tecnologia MMDS foram compradas por grandes grupos econômicos, a exemplo da Acom Comunicações, MMDS Bahia, TV Show, entre outras já citadas. Assim, diante das



modificações mercadológicas e de tecnologia, registra-se uma atenção especial da pesquisa quanto a essas modificações no que se refere às regiões do Brasil, visto que a maioria das mudanças ou incentivos para o desenvolvimento tem ocorrido do Sul/Sudeste para o Norte/Nordeste.

### **3. A TV POR ASSINATURA NA REGIÃO NORDESTE**

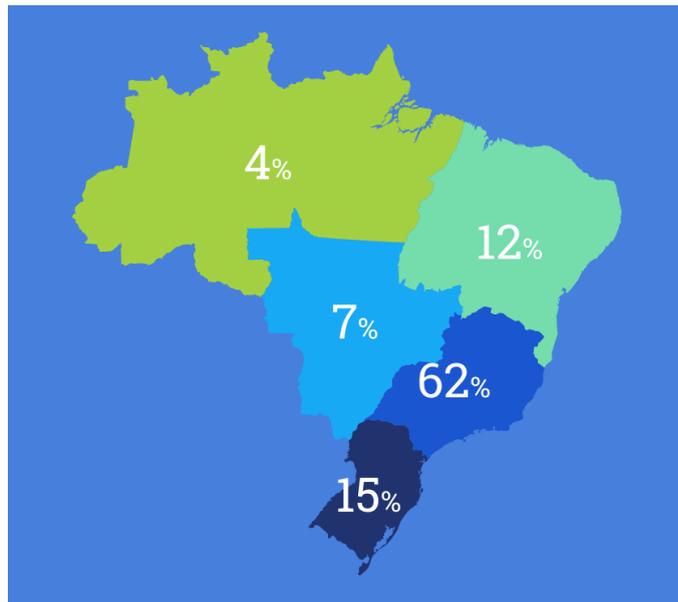
Dois conceitos trabalhados por Milton Santos ao longo dos seus últimos 12 anos de vida (1989-2001) são fundamentais para se entender a forma como os sistemas de mídia e de telecomunicações foram sendo distribuídos e apropriados no Brasil. O primeiro é o de “meio-técnico-científico-informacional”, resultante do processo de organização e/ou reconstrução territorial baseado em crescente conteúdo de ciência, técnicas e informação, por sua vez associado aos processos de urbanização e globalização econômica. O segundo, indissociável deste, é o de “região concentrada”, que diz respeito ao processo histórico profundamente desigual de organização territorial do país, pelo qual os conteúdos científicos, técnicos e informacionais vêm sendo concentrados nas regiões Sudeste e Sul, e mais agudamente no eixo Rio-São Paulo.

Seja qual for a variável que se utilize para verificar a distribuição dos conteúdos científicos, técnicos e informacionais (incluindo infraestrutura, recursos humanos e investimentos financeiros) pelo território brasileiro, o resultado será sempre o mesmo: um grande aglomerado no Sul-Sudeste, uma mancha de rarefação no eixo Norte-Centro Oeste e uma área intermediária no Nordeste. O mapa da distribuição dos serviços de TV por assinatura no Brasil publicado pela Anatel em dezembro de 2016 (ver Figura 11) e os dados de 2017 do Mídia Fatos<sup>50</sup> corroboram essa afirmação.

#### **Figura 11: Distribuição da TV por Assinatura por Região**

---

<sup>50</sup> Ferramenta digital da ABTA que permite a busca de informações mais atualizadas sobre o mercado de TV por assinatura no Brasil. Disponível em: <http://midiafatos.com.br/>.



Fonte: Anatel/dezembro2016

A maior concentração de oferta e de assinantes está na região Sudeste, onde os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro ultrapassam os 60% de toda a cobertura nacional. A região Nordeste é responsável por 12% das assinaturas de televisão paga no país, pouco abaixo da Região Sul (15%). No entanto, um movimento de retração na quantidade de assinantes está afetando mais o Nordeste do que o contexto nacional. Enquanto esse número passou de 18.019.677 em 2013 para 18.795.585 em 2016 (aumento de 4%), após um crescimento em 2014 e redução em 2015, os usuários da TV paga nessa região passaram de 2.122.515 para 2.199.342 no mesmo período (variação de 3,5%).

### 3.1. Indicadores socioeconômicos da região

Se fosse um país, o Nordeste brasileiro seria o 19º maior do mundo em extensão, com seu 1,55 milhão de quilômetros quadrados e mais populoso que muitas nações. Seus 56,1 milhões de habitantes superam a população da Espanha (quase 46 milhões) e da Argentina (pouco mais de 44 milhões), por exemplo. Em relação à federação brasileira, a região Nordeste é a segunda mais populosa (com mais de um quarto da população do país e dois terços da região Sudeste) e a que tem mais estados: nove ao todo, dos quais a Bahia é o maior tanto em extensão geográfica quanto em termos populacionais, e o menor, nessas mesmas variáveis (em relação ao país, inclusive), é Sergipe – coincidentemente os dois vizinhos mais ao sul da região.

De acordo com dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), em 1995, quase 70% dos habitantes da região recebiam menos da metade do salário mínimo. Mas, segundo essa mesma fonte, a capacidade de consumo dos habitantes tem aumentado progressivamente desde o início deste século, em função de um movimento claro de desconcentração da economia, por políticas instituídas e que geraram novos mercados e espaços conquistados pela população. Em 2008, 49% dos trabalhadores da região recebiam um salário mínimo, enquanto a outra parte já recebia mais. Em 2016, a diferença diminuiu consideravelmente: cerca 28% da população recebia salário mínimo.

Um quadro sobre a classificação econômica com o critério adotado pelo Brasil a partir de 2015 mostra a renda familiar no país e as classes econômicas que a representam, em contraponto com dados regionais, com destaque para o Nordeste. A classe D-E no Brasil é a maior representa 26,6% da população, quando isso é aplicado por região, o Nordeste tem o maior percentual de pessoas na classe D-E, com 47,2%, seguido da região Norte (42,1); a classe A tem a menor proporção no Nordeste, com apenas 1,1%, menos da metade do índice nacional, de 2,7 %. Logo, fica evidente que a concentração de renda e riqueza histórica do país tem seu extremo na Região Nordeste. Assim, não é de estranhar que o poder de consumo na região seja tão baixo, como revela o quadro 3.

**Tabela 8: Classificação econômica Critério Brasil - 2015**

Renda familiar por região (%)						
Classe	Brasil	Centro Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul
A	2,7	3,7	<b>1,1</b>	1,5	3,3	3,2
B1	5	5,7	<b>2,1</b>	2,5	7	6,3
B2	18,1	20,3	<b>10,2</b>	11,2	22,7	21,3
C1	22,9	22,6	<b>14,9</b>	14,4	27,3	29
C2	24,6	25,9	<b>24,5</b>	28,2	23,9	24,5
D-E	26,6	21,8	<b>47,2</b>	42,1	15,9	15,6

Mídia Dados 2017 - FONTE/SOURCE: IPC 2016 – População EDTV Kantar Ibope Media 2017 | IPC Maps 2016 , IPC Marketing Editora Ltda (www.ipebr.com) População / Domicílios: EDTV Kantar Ibope Media 2017.

**Quadro 3: Potencial de consumo dos estados nordestinos**

ÍNDICE DE POTENCIAL DE CONSUMO X POPULAÇÃO DOS ESTADOS BRASILEIROS			
Regiões	Estados	IPC (%)	POP (%)
BRASIL		100	1
NORDESTE	NORDESTE	19,03	0,28
	BAHIA	5,39	0,07
	PERNAMBUCO	3,41	0,05
	CEARÁ	2,88	0,04
	MARANHÃO	1,75	0,03
	PARAÍBA	1,42	0,02
	RIO GRANDE DO NORTE	1,28	0,02
	ALAGOAS	1,1	0,02
	PIAUI	0,98	0,02
	SERGIPE	0,82	0,01

Mídia Dados 2017 - FONTE/SOURCE: IPC 2016 – População EDTV Kantar Ibope Média 2017 | IPC Maps 2016 , IPC Marketing Editora Ltda (www.ipcbr.com) População / Domicílios: EDTV Kantar Ibope Média 2017.

Ainda assim, a televisão tem seu espaço de consumo garantido e crescente na maioria dos domicílios brasileiros, inclusive no Nordeste, desde o Censo de 2010, visto que o padrão de consumo de bens duráveis da população aumentou de acordo com as mudanças na tecnologia. Dez anos antes, o rádio estava presente em 87,9% dos domicílios e a televisão, em 87,2%. No Censo de 2010, o IBGE identificou que os aparelhos de televisão estavam presentes em 95,1% das residências, contra os 81,4% de aparelhos de rádio nos domicílios brasileiros. Dados da PNAD<sup>51</sup> de 2015 revelaram que esse percentual havia aumentado para 97,1% das residências.

No que se refere aos estados nordestinos pesquisados, observa-se que Paraíba e Pernambuco apresentam os maiores percentuais de domicílios com TV (na faixa de 97%), seguidos de Sergipe, Rio Grande do Norte, Ceará e Alagoas (com mais de 96%). Já Bahia permanece no mesmo patamar de 2010, enquanto Maranhão e Piauí ainda estão abaixo da

<sup>51</sup> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios realizada anualmente pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, disponível de 2003 a 2015 em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=40](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40) . A partir de 2016 a PNAD tornou-se continuada e temática, dentro da série de Estudos e Pesquisas Estruturais e Especiais do IBGE.

média registrada pelo último Censo, o que provavelmente tem a ver com a existência de municípios ainda não dotados de energia elétrica nesses estados (ver Tabela 9).

**Tabela 9: Aparelhos de rádio e TV e energia elétrica nos domicílios do Nordeste**

ESTADO	TELEVISÃO	RÁDIO	ENERGIA ELÉTRICA	IDH
Maranhão	94,5%	43,2%	99,6%	0,639
Piauí	93,9%	59,9%	98,3%	0,646
Ceará	96,7%;	72,5%	99,8%	0,682
Rio Grande do Norte	96,8 %	65,3%	99,9%	0,684
Paraíba	97,3%	71,5%;	99,8%	0,658
Pernambuco	97,2%	77,2%	99,8%	0,673
Alagoas	96,5%	65,7%	99,9%	0,631
Sergipe	96,8%,	72,8%	99,8%	0,665
Bahia	95,5%	69,1%	99,3%	0,660

Fontes: PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – 2015; Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil referente a 2010 (disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br>)

No entanto, é importante salientar que a distribuição de energia elétrica tem avançado pelo país, chegando em alguns locais a 99,9% dos domicílios particulares com energia elétrica, como nos estados de Rio Grande do Norte e Alagoas, seguidos por Sergipe, Pernambuco, Paraíba e Ceará com 99,8% de cobertura, depois vem o Maranhão com 99,6%, a Bahia com 99,3% de locais atendidos com energia elétrica, por último o Piauí com 98,3%. Ressalta-se que em todos os casos a cobertura ultrapassa os 95% de atendimento, o que não acontece com o setor de telefonia. Em Sergipe, onde o acesso à energia elétrica está quase universalizado, os serviços de telefonia fixa e celular chegavam a 91,9% das casas em 2015, sendo que desses 79,7% possuíam somente telefone celular. (ver Tabela 9). Já em relação aos aparelhos de rádio, que não são dependentes da energia elétrica, os percentuais são bem diferenciados entre os estados nordestinos, com destaque para Pernambuco (77%), Sergipe (quase 73%) e Ceará (7,5%). Mas também nesse meio Piauí e Maranhão apresentam os menores percentuais de domicílios com aparelhos, o que pode estar relacionado com os baixos índices de desenvolvimento humano (IDH) desses estados.

**Tabela 10: Serviços de telecomunicações por domicílio em confronto com o IDH estadual**

ESTADO	TELEFONE FIXO E CELULAR	CELULAR	SEM TELEFONE	COMPUTADOR C/ ACESSO A INTERNET
MA	8,7%	70,7%	20,0%	14,0%

PI	11,8%	78,6%	9,4%	18,6%
CE	13,3%	76,0%	10,2%	25,4%
RN	14,7%	78,3%	6,7%	35,7%
PB	13,0%	82,2%	4,7%	35,3%
PE	17,2%	74,9%	7,4%	32,5%
AL	10,1%	79,2%	10,4%	24,9%
SE	15,3%	79,7%	4,8%	26,1%
BA	17,6%	72,1%	9,4%	30,4%

Fonte: PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – 2015

Apesar do avanço da TV por assinatura, a maior parte da população brasileira ainda prefere a programação da televisão aberta, que não é superada pela TV paga em nenhuma faixa de horário pesquisada pelo Mídia Dados de 2017.

**Tabela 11: Audiência entre os segmentos de televisão**

TV Aberta X TV por Assinatura			
Faixa Horária	Televisores Ligados	TV Aberta	TV Assinatura
6h - 12h	11,32	6,02	4,31
12h - 18h	20,83	10,72	8,25
18h - 24h	30,47	17,51	10,89
24h - 30h	8,55	3,69	4,14

Fonte: IBOPE Media Workstation – 2016 PNT Completo (GSP+GRJ+DFE+POA+CTA+BHZ+FLO+CAM+SAL+FOR+REC+GOI+GBE+GVI+MAN)<sup>52</sup>

### 3.2. Mapas da TV por assinatura na região

Em sua análise sobre os processos de ordenação e diferenciação territorial do Brasil, Santos e Silveira (2008, p.275) observam que, no Nordeste, a introdução de inovações materiais e sociais encontra grande resistência até o final do século XX, por conta “de um passado cristalizado na sociedade e no espaço, atrasando o processo de desenvolvimento”.

Esse passado calcado em uma estrutura fundiária hostil à melhoria da distribuição de renda, que “ajudava a manter na pobreza milhões de pessoas e impedia uma urbanização mais expressiva”, ainda freava as mudanças sociais e econômicas em plena virada do século [XX], o que “acarreta o retardamento da evolução técnica e material e desacelera o processo de

<sup>52</sup> Universo: Total de indivíduos com TV por assinatura para total TV Aberta e PayTV. Além das emissoras foram considerados Outros Canais Abertos (OCA) e Outros Canais Pagos (OCP), respectivamente. Universo público assinante (indivíduos c/pay TV): 34.581.000.



urbanização” (idem). Apenas em algumas “manchas do território regional” há certa “influência do fenômeno da globalização e a instalação do meio técnico-científico-informacional” (SANTOS e Silveira, 2008)

Essas “manchas do território regional”, melhor dotadas de instalações do meio técnico-científico-informacional e influenciadas pela globalização econômica, são identificadas, sobretudo, no entorno das três regiões metropolitanas (RMs) monitoradas periodicamente pelo IBGE para fins de medição de indicadores econômicos, sociais e culturais: Fortaleza (CE), Recife (PE) e Salvador (BA). Por isso, para fins metodológicos, essas RMs serviram de referência para o agrupamento dos estados nordestinos em três recortes subregionais: o Nordeste Setentrional, que tem como “cidade-polo” Fortaleza, capital do estado do Ceará, ladeado pelo Piauí, que faz fronteira com o Maranhão; o Nordeste Central, que tem como principal centro urbano Recife, capital de Pernambuco, vizinho da Paraíba, que faz fronteira com o Rio Grande do Norte; e o Nordeste Meridional, cuja referência cosmopolita é Salvador, capital da Bahia, vizinho a Sergipe, cuja fronteira de Alagoas é marcada pelo Rio São Francisco.

Os dados sobre as operadoras de TV por assinatura que atuam em cada estado foram coletados nos seus respectivos sítios na Internet e no portal da Anatel.

### **3.2.1. Nordeste setentrional: Ceará, Piauí e Maranhão**

A operadora Net, atua nas capitais da região setentrional em Fortaleza, Terezina e São Luis; A Claro/Embratel afirmou em 2013 em seu endereço eletrônico atender a 692 localidades no Ceará. No Piauí a empresa garante abranger todo o estado através das 224 cidades e no Maranhão a operadora informa atender 248 municípios; A Sky/Direct TV atua em 153 cidades do Ceará, 207 municípios no Piauí e no Maranhão a cobertura da empresa SKY chega a 155 municípios, a Oi TV no Ceará atende a 49 municípios, no Piauí a 13, no Maranhão a 6 cidades. A GVT (vivo) no Ceará atende a 3 municípios, sendo 1 a capital, a operadora se faz presente estrategicamente em Fortaleza, Maracanaú e Caucaia - as três cidades mais populosas e de economias mais desenvolvidas do Estado. As operadoras Nossa TV, Sim TV e Cabo Telecom não atuam em nenhum dos três estados que compõe o nordeste setentrional.

**Tabela 12: Operadoras de TV por Assinatura que atuam no Ceará**

<b>Ceará</b>	
Operadora	
<b>Net</b>	Fortaleza
<b>Claro/Embratel</b>	692 localidades
<b>Sky/Direct TV</b>	153 localidades
<b>Oi</b>	49 municípios
<b>GVT (Vivo)</b>	Caucaia
	Fortaleza
	Maracanaú
<b>Nossa TV</b>	-
<b>SIM TV</b>	-
<b>Cabo Telecom</b>	-
O Estado possui 184 municípios de acordo com o IBGE	

Fonte: Anatel

**Tabela 13: Operadoras de TV por Assinatura que atuam no Piauí**

<b>Piauí</b>	
Operadora	
<b>Net</b>	Teresina
<b>Claro/Embratel</b>	224 localidades
<b>Sky/Direct TV</b>	207 municípios
<b>Oi</b>	13 municípios
<b>GVT (Vivo)</b>	-
<b>Nossa TV</b>	-
<b>SIM TV</b>	-
<b>Cabo Telecom</b>	-
O estado possui 224 municípios de acordo com o IBGE	

Fonte: Anatel

**Tabela 14: Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam no Maranhão**

<b>Maranhão</b>	
Operadora	
<b>Net</b>	São Luís
<b>Claro/Embratel</b>	248 localidades
<b>Sky/Direct TV</b>	155 municípios
<b>Oi</b>	6 municípios
<b>GVT (Vivo)</b>	-
<b>Nossa TV</b>	-
<b>SIM TV</b>	-
<b>Cabo Telecom</b>	-
O Estado possui 217 municípios de acordo com o IBGE	



Fonte: Anatel

No Estado do Ceará, há três canais por assinatura em operação, sendo um na capital Fortaleza, com tecnologia UHF, e os demais em funcionamento em outros municípios, um dos quais foi comprado pela Sky. Com programação local e grade de programação, apenas a Rede Jangadeiro, no município de Caucaia. Mas a audiência dos grandes grupos aumenta (ver tabela 15 e tabela 16), pois fica claro a hegemonia da base de assinantes no Ceará da operadora Sky, seguida pela Claro e a Embratel. A partir de abril de 2016 a Anatel parou de contabilizar a base de assinantes da GVT - Global Village Telecom Ltda, que passou a pertencer ao grupo Telefônica da Vivo.

**Tabela 15: A TV por Assinatura no Ceará**

TIPO	NOME FANTASIA	RAZÃO SOCIAL	SITUAÇÃO	MUNICÍPIO
<b>TV POR ASSINATURA</b>				
Serviço Especial de TVA		Raimundo Anselmo Lima Mororo E Cia Ltda	Em operação	Fortaleza
MMDS		Jangadeiro Mmds Ltda.	Em operação	Juazeiro do Norte
TV a Cabo		Powerlice Telecomunicações Ltda	Em instalação	Maracanaú
MMDS	TV Show	Tv Show Brasil Sa	<b>Comprada pela Sky -</b>	Fortaleza
TV a Cabo	Net Fortaleza	Jangadeiro Cabo Ltda	Rede Jangadeiro	Caucaia

Fonte: Anatel

**Figura 12: Mapa da TV por Assinatura no Ceará**



**Tabela 16: Base de assinantes dos grupos de operadoras de Fortaleza**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
CLARO S/A	TELECOM AMERICAS	TVC	275.550	330.820
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICAÇÕES S.A.	TELECOM AMERICAS	DTH	328.225	224.029
GLOBAL VILLAGE TELECOM Ltda	TELEFÔNICA	DTH	576.711	136.897
OI MÓVEL S.A. *contabiliza a partir de agosto de 2015	OI	DTH	79.717	215.674
RÁDIO E TELEVISÃO MODELO PAULISTA Ltda.	NOSSATV	DTH	10.490	10.774
SKY BRASIL SERVIÇOS Ltda.	SKY/AT&T	DTH	1.190.051	1.066.273

Fonte: Anatel

No Estado do Piauí, apenas os grandes grupos de operadoras de televisão por assinatura estão alocados, conforme dados pesquisados nos relatórios da Anatel. A hegemonia pertence ao grupo Sky/AT&T, com base de assinantes de 291.2799 em 2016, seguida da Claro S/A e depois da Embratel TV Sat (ver tabela 18). Essas duas últimas pertencem ao grupo Telecom Americas, e juntas têm uma base de assinantes quase igual à da Sky em Terezina, em

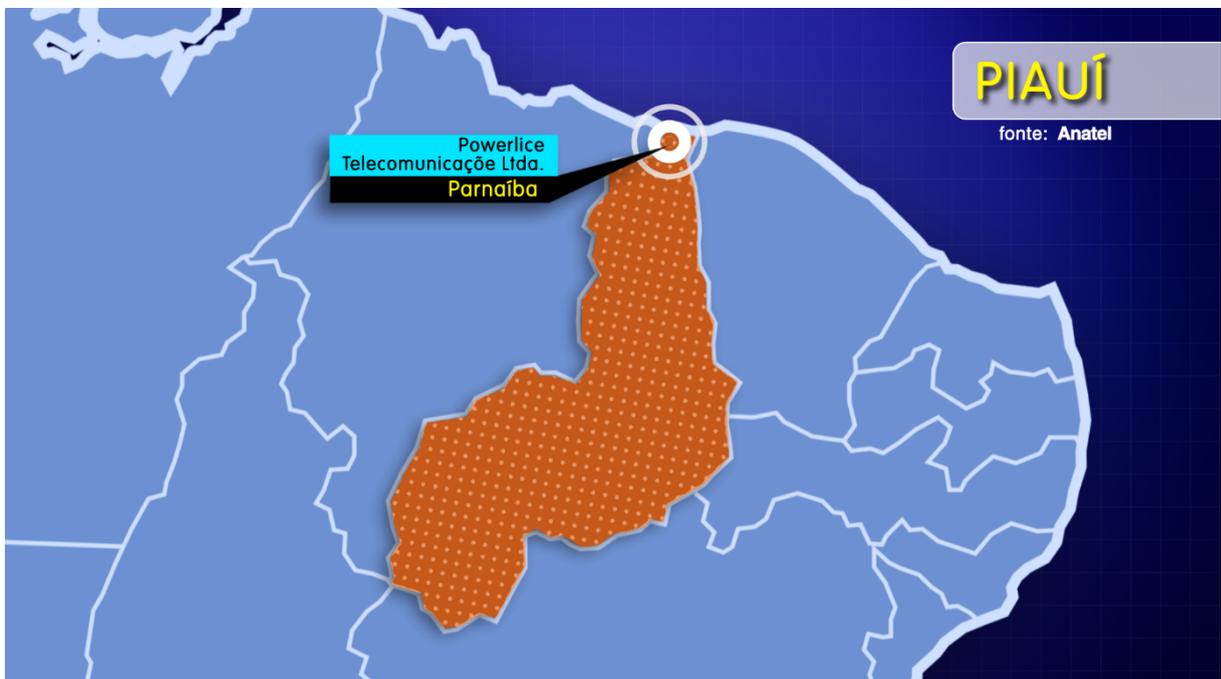
2016. A Oi começou a crescer a sua base de assinantes no país a partir de julho de 2015 com a incorporação da TNL PCS S.A.

**Tabela 17: A TV por Assinatura no Piauí**

TIPO	NOME FANTASIA	RAZÃO SOCIAL	SITUAÇÃO	MUNICÍPIO
<b>TV por Assinatura</b>				
TV a Cabo		MULTICABO TELEVISAO Ltda	extinta	Várzea Grande
TV a Cabo		POWERLICE TELECOMUNICACOES Ltda	Em instalação	Parnaíba
MMDS		ACOM COMUNICAÇÃO S S/A	Comprado pela SKY- não existe	Teresina

Fonte: Anatel

**Figura 13: Mapa da TV por Assinatura no Piauí**



**Tabela 18: Base de Assinantes dos grupos de operadoras de Teresina**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
--------------	-------	------------	------	------

CLARO S/A	TELECOM AMERICAS	TVC	154.759	181.967
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICAÇÕES S.A.	TELECOM AMERICAS	DTH	127.090	100.844
OI MÓVEL S.A.	OI	DTH	21.359	58.919
RÁDIO E TELEVISÃO MODELO PAULISTA Ltda.	NOSSATV	DTH	5.771	6.560
SKY BRASIL SERVIÇOS Ltda.	SKY/AT&T	DTH	288.203	291.279

Fonte: Anatel

No estado do Maranhão, há dois canais em funcionamento, um em UHF e outro em operação com programação local. Assim como Ceará e Piauí O Maranhão também não possui um canal de TV por assinatura com programação 100% local, a operadora de TV a cabo TVN transmite o sinal das televisões locais TV Cidade, afiliada da TV Record, TV Guará, Retransmissora de TV, afiliada da Record News, a TV Mirante, afiliada da rede Globo, TV São Luis, afiliada da Rede TV, TV Maranhense, afiliada da Band, TV Difusora, afiliada do SBT, todas essas concessões de televisão de canal aberto. A base de assinantes dos grupos mostra uma disputa entre as operadoras Claro e Sky. Em 2016, a Claro aumentou a sua cartela de assinantes e ultrapassou a Sky, que em 2015 estava quase com a mesma quantidade; em 2016 o índice de assinantes da Sky diminuiu (ver tabela 20). É necessário destacar que a operadora de TV a cabo Telecomunicações Nordeste Ltda, a TVN, que é a terceira na base de assinantes em São Luis, apesar de ter diminuído os assinantes em relação a 2015 ainda permaneceu no mesmo patamar na capital.

**Tabela 19: A TV por Assinatura no Maranhão**

TIPO	NOME FANTASIA	RAZÃO SOCIAL	SITUAÇÃO	MUNICÍPIO
<b>TV POR ASSINATURA</b>				
TV a Cabo	TVN	TELECOMUNICACOES NORDESTE Ltda	Em operação	São Luis
Serviço Especial de TV por Assinatura	TV Meio Norte	TV UPAON-ACU Ltda	Em Operação	São Luis
TV a Cabo		POWERLICE TELECOMUNICAÇÕES Ltda	Em instalação	Timon
MMDS		ACOM COMUNICACOES S/A	Comprada pela Sky- não existe	São Luis

**Figura 14: Mapa da TV por Assinatura no Maranhão**



**Tabela 20: Base de Assinantes dos Grupos de operadoras de São Luis**

Razão Social	Grupo	Município	Tecnologia	2015	2016
CLARO S/A	TELECOM AMERICAS	São Luís	TVC	357.600	399.389
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICAÇÕES S.A.	TELECOM AMERICAS	São Luís Gonzaga do Maranhão	DTH	392	265
OI MÓVEL S.A.	OI	São Luís	DTH	33.889	79.804
RÁDIO E TELEVISÃO MODELO PAULISTA Ltda.	NOSSATV	São Luís	DTH	9.291	9.777
SKY BRASIL SERVIÇOS Ltda.	SKY/AT&T	São Luís	DTH	354.184	347.970
TELECOMUNICAÇÕES NORDESTE Ltda.	Outras	São Luís	TVC	169.724	150.305

Fonte: Anatel

### 3.3.2. Nordeste central: Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte

A operadora NET está presente em quatro municípios de Pernambuco, sendo um a capital, Recife. Na Paraíba, a cobertura é na capital, João Pessoa, e no Rio Grande do Norte está presente em dois municípios, a capital Natal e a vizinha Parnamirim. A Claro/Embratel



também comete equívocos na sua base de dados, garante que em Pernambuco seu sinal alcança 371 municípios, mas o estado possui 185 cidades, de acordo com o IBGE; na Paraíba são 257 atendidas, garante a empresa, mas o estado tem 223 municípios. No Rio Grande do Norte, a empresa não garante que atende aos 185 municípios. A Sky/Direct TV em Pernambuco garante atender a 208 cidades, porém o estado só possui 185 municípios, na Paraíba a empresa atende a 148 municípios e no Rio Grande do Norte 157 cidades tem a cobertura do sinal DTH da Sky. A Oi em Pernambuco está presente em 52 cidades oferecendo TV por assinatura, na Paraíba em 24 municípios e no Rio Grande do Norte 21 cidades são atendidas pela cobertura da Oi.

A GVT (Vivo) na Paraíba atende a três municípios, destes um é a capital, João Pessoa, no estado do Rio Grande do Norte a GVT atua na capital, Natal. A Sim TV em Pernambuco está presente em quatro municípios, um destes é a capital Recife. A operadora Cabo Telecom atende a dois municípios do Estado do Rio Grande do Norte, Natal e Parnamirim. As operadoras GVT (Vivo), Sim TV, Nossa TV e Cabo Telecom não atuam em Pernambuco. As operadoras Nossa TV, Sim TV e Cabo Telecom não atuam na Paraíba. E não atuam no estado do Rio Grande do Norte as operadoras: Sim TV e Nossa TV, conforme retratam as tabelas a seguir.

Em Pernambuco, não existe mais operadora local, nem TV por Assinatura local. A Anatel extinguiu a outorga do grupo Televisão Cidade S/A, da Sim TV e a Operadora Columbus Participações, e as outras operadoras de MMDS foram compradas pela Sky.

**Tabela 21: Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam em Pernambuco**

<b>Pernambuco</b>	
<b>Operadora</b>	<b>Municípios</b>
<b>Net</b>	Jaboatão dos Guararapes
	Olinda
	Paulista
	Recife
<b>Claro/Embratel</b>	371 localidades
<b>Sky/Direct TV</b>	208 localidades
<b>Oi</b>	52 municípios
<b>GVT (Vivo)</b>	-
<b>Nossa TV</b>	-
<b>SIM TV</b>	Jaboatão dos Guararapes
	Olinda
	Paulista
	Recife
<b>Cabo Telecom</b>	-
O Estado possui 185 municípios de acordo com o IBGE	

Fonte: Anatel

**Tabela 22: Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam na Paraíba**

<b>Paraíba</b>	
Operadora	Municípios
<b>Net</b>	João Pessoa
<b>Claro/Embratel</b>	257 localidades
<b>Sky/Direct TV</b>	148 municípios
<b>Oi</b>	24 municípios
<b>GVT (Vivo)</b>	Campina Grande
	João Pessoa
	Santa Rita
<b>Nossa TV</b>	-
<b>SIM TV</b>	-
<b>Cabo Telecom</b>	-
O Estado possui 223 municípios de acordo com o IBGE	

Fonte: Anatel

**Tabela 23: Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam no RN**

<b>Rio Grande do Norte</b>	
Operadora	Municípios
<b>Net</b>	Natal
	Parnamirim
<b>Claro/Embratel</b>	185 localidades
<b>Sky/Direct TV</b>	157 municípios
<b>Oi</b>	21 municípios
<b>GVT (Vivo)</b>	Natal
<b>Nossa TV</b>	-
<b>SIM TV</b>	-
<b>Cabo Telecom</b>	Natal
	Parnamirim
O Estado possui 167 municípios de acordo com o IBGE	

Fonte: Anatel

O Rio Grande do Norte possuía cinco operadoras locais de TV por assinatura, uma em cada um dos municípios: Natal, Mossoró, Santa Maria, São Vicente e Currais Novos. Entretanto, a da capital a SKY comprou em 2014, aprovada pela Anatel em 2015, e as localizadas nos municípios de Santa Maria e São Vicente foram compradas pela NET. Em Natal, a Cabo Serviços de Telecomunicações, comprada pela Sky, ainda permanece em operação, com tecnologia de TV a cabo, e uma base de assinantes que aumentou de 589.613 em 2015, para 609.003 em 2016, e até março de 2017 já tinha triplicado a média mensal, de 50.000 para mais de 155.000, segundo a Anatel.

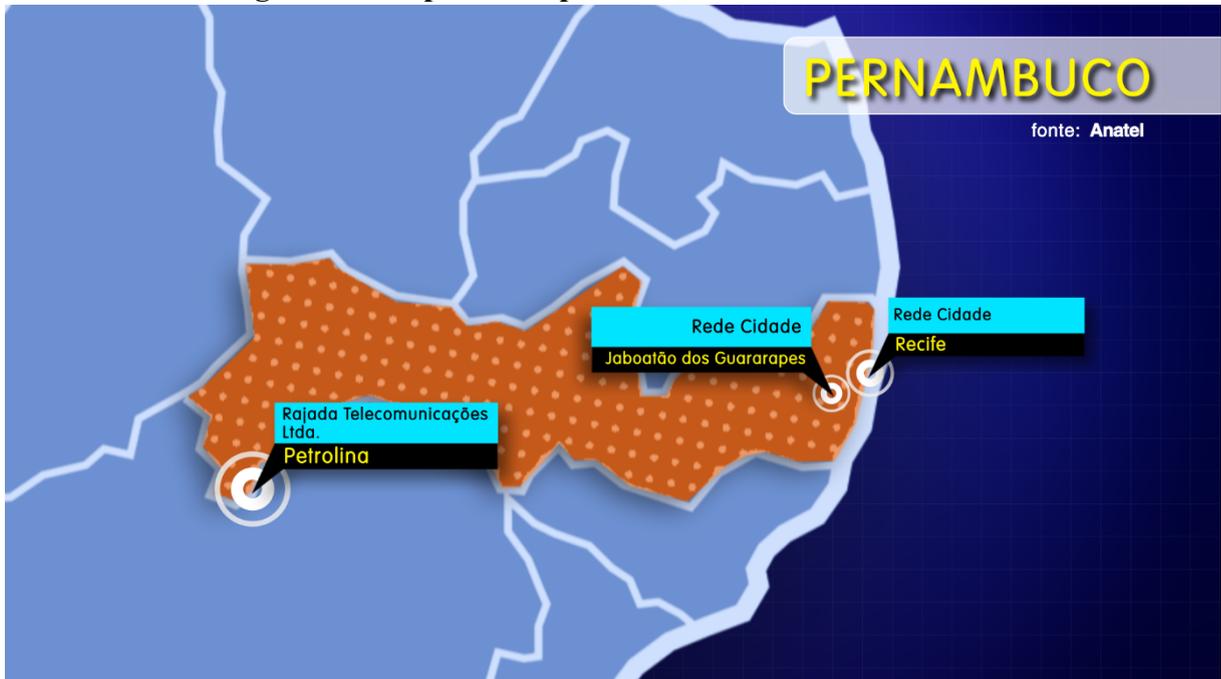
Na empresa Cabo Telecom foram identificados os seguintes canais por assinatura: TV Mix Brasil, do grupo Mix FM, que em Natal funciona na Cabo Telecom através do canal 28 e 128 (digital), com programação da cidade e do estado e com maior parte musical com apresentação de clips em parceria com a Mix FM. Também fazem parte do line-up da Cabo Telecom: a TV União, uma emissora de canal fechado com programação local presente em 24 municípios, entre eles, Natal, que opera no canal 26 da operadora em sinal analógico e 800, digital; e a TV Ponta Negra, que opera nos canais 13 VHF e 36 UHF digital, e é afiliada ao SBT. A emissora pertence ao Sistema Ponta Negra de Comunicação, de propriedade da Família Souza, e foi fundada pelo ex-deputado federal e senador Carlos Alberto de Souza. Atualmente pertence ao Grupo Hapvida, de propriedade de Cândido Pinheiro e Jorge Pinheiro, que detêm 51% da emissora.

A emissora TV Metropolitano é uma emissora afiliada à Rede Brasil de Televisão (RBTv), de canal aberto e comercial, que pode ser sintonizada através dos canais 23 na TV aberta e na Cabo Telecom através do canal 30. A TV Tropical também faz parte da programação da operadora, essencialmente local, porém é uma afiliada da Rede Record que transmite programação da sede em São Paulo, pertencente à Rede Tropical, o grupo de comunicação que também controla as rádios CBN Natal e Mix FM Natal, além de outras emissoras de rádio no interior do estado.

**Tabela 24: A TV por Assinatura em Pernambuco**

TIPO	NOME FANTASIA	RAZÃO SOCIAL	SITUAÇÃO/GRUPO	MUNICÍPIO
<b>TV por Assinatura</b>				
TV a Cabo	Rede Cidade	TELEVISAO CIDADE S/A	Grupo Bandeirantes de Comunicação SIM TV- outorga extinta pela Anatel	Jaboatão dos Guararapes
TV a Cabo	Rede Cidade	COLUMBUS PARTICIPACOES S/A	outorga extinta pela Anatel	Recife
MMDS	Mais TV	TV FILME SISTEMAS Ltda	Comprada pela Sky- não existe	Caruaru
TV a Cabo	Rede Cidade	TELEVISAO CIDADE S/A	Grupo Bandeirantes de Comunicação SIM TV outorga extinta pela Anatel	Olinda
TV a Cabo		RAJADA TELECOMUNICA COES Ltda.	outorga extinta pela Anatel	Petrolina
MMDS		MMDS BAHIA Ltda.	Galaxy/ Controlada indiretamente pela Sky	Petrolina

**Figura 15: Mapa da TV por Assinatura no Pernambuco**



**Tabela 25: Base de Assinantes dos Grupos de operadoras de Recife**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
CLARO S/A	TELECOM AMERICAS	TVC	376.837	442.219
COLUMBUS PARTICIPAÇÕES S.A.	Outras	TVC	61.012	52.723
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICAÇÕES S.A.	TELECOM AMERICAS	DTH	279.291	203.398
GLOBAL VILLAGE TELECOM Ltda	TELEFÔNICA	DTH	376.477	203.398
OI MÓVEL S.A.	OI	DTH	32.991	87.189
RÁDIO E TELEVISÃO MODELO PAULISTA Ltda.	NOSSATV	DTH	8.724	9.308
SKY BRASIL SERVIÇOS Ltda.	SKY/AT&T	DTH	920.844	757.801

Fonte: Anatel

No que se refere a base de assinantes das operadoras que atuam em Pernambuco, a Sky lidera com 757.801, menor que 2015, mas ainda na liderança, seguida da Claro com mais

de 400 mil assinantes. Vale ressaltar que apesar da tabela 24 informar a base de assinantes das empresas Columbus a empresa não existe mais, de acordo com informações acima citadas no que se refere a extinção da outorga da empresa.

Na Paraíba a situação de compra e extinção de outorgas é a mesma, quando a Anatel não cancelou a outorga ou a Sky ou a Net comprou a operadora local que deixou de existir.

**Tabela 26: A TV por Assinatura na Paraíba**

TIPO	NOME FANTASIA	RAZÃO SOCIAL	SITUAÇÃO/GRUPO	MUNICÍPIO
<b>TV POR ASSINATURA</b>				
TV a Cabo	Big TV	614 TVP JOAO PESSOA S/A	Extinta Comprada pela NET	João Pessoa
TV a Cabo		VIVAX S.A	Extinta Comprada NET	Amparo
MMDS	Mais TV	TV FILME SISTEMAS Ltda	Comprada pela Sky	Campina Grande
TV a Cabo	Big TV	614 TVP JOAO PESSOA S/A	Extinta Comprada pela NET	Sertãozinho
TV a Cabo		VIVAX S.A	Extinta Comprada pela NET	Santo André
MMDS		ACOM COMUNICACOES S/A	Comprada pela Sky	João Pessoa
TV a Cabo	Rede Cidade	TELEVISAO CIDADE S/A	Grupo Bandeirantes de Comunicação- SIM TV Extinto- junho 2017	Paulista
Canal TVA	Mais TV	TV FILME SISTEMAS Ltda	Comprada pela Sky	Campina Grande

Fonte: Anatel

**Figura 16: Mapa da TV por Assinatura na Paraíba**



**Tabela 27: Base de Assinantes dos Grupos de operadoras de João Pessoa**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICAÇÕES S.A.	TELECOM AMERICAS	DTH	76.961	56.501
GLOBAL VILLAGE TELECOM Ltda	TELEFÔNICA	DTH	127.07	41.511
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	TELECOM AMERICAS	DTH	17.783	47.049
RÁDIO E TELEVISÃO MODELO PAULISTA Ltda.	NOSSATV	DTH	4.846	4.938
SKY BRASIL SERVIÇOS Ltda.	SKY/AT&T	DTH	228.091	196.444

Fonte: Anatel

No estado do Rio Grande do Norte, chama atenção a base de assinantes da operadora de TV a cabo, Cabo Serviços de Telecomunicações Ltda, (ver tabela 29) comprada pela Sky, mas que se mantém em operação com mais de 600 mil assinantes, ultrapassando as gigantes Sky, Claro e Embratel (ver tabela 30) na capital potiguar.

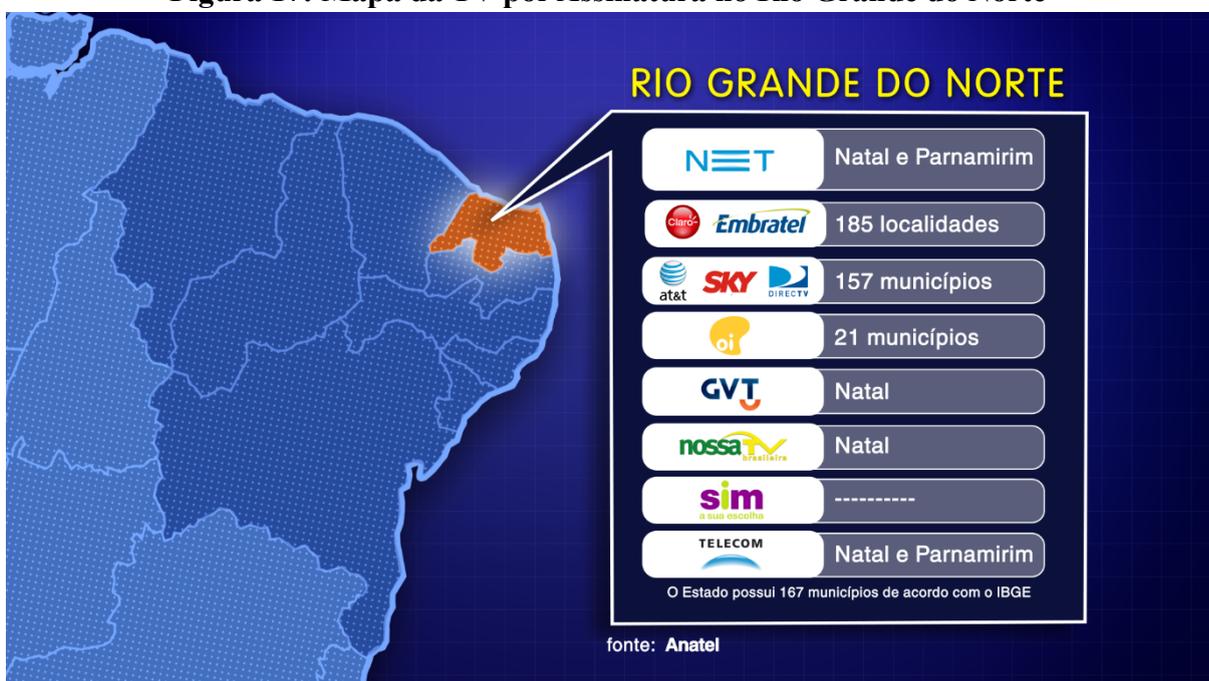
**Tabela 28: A TV por Assinatura de Natal**

TIPO	NOME FANTASIA	RAZÃO SOCIAL	SITUAÇÃO/GRUPO	MUNICÍPIO
TV A CABO	CABO TELECOM	CABO SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES Ltda	SKY comprou em 2014, aprovada pela Anatel em 2015	Natal

TV A CABO	TCM CANAL 10	SISTEMA OESTE DE SERVIÇOS Ltda	LOCAL	Mossoró
TV A CABO		DR EMPRESA DE DISTRIBUIÇÃO E RECEPÇÃO DE TV Ltda	NET	Santa Maria
TV A CABO		VIVAX S.A	NET	São Vicente
TV A CABO		SIDYS COMUNICAÇÕES Ltda	Local	Currais Novos
MMDS		ACOM COMUNICAÇÕES S/A	Comprada pela SKY	Natal

Fonte: Anatel

**Figura 17: Mapa da TV por Assinatura no Rio Grande do Norte**



**Tabela 29: Audiência da Cabo Serviços de Telecomunicações em Natal**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
CABO SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES Ltda.	CABO	TVC	589.613	609.003

Fonte: Anatel

**Tabela 30: Base de assinantes dos grupos de operadoras de Natal**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
CLARO S/A	TELECOM AMERICAS	TVC	285.939	313.322
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICAÇÕES S.A.	TELECOM AMERICAS	DTH	212.895	146.083



GLOBAL VILLAGE TELECOM Ltda*março de 2016	TELEFÔNICA	DTH	45.247	10.769
OI MÓVEL S.A.	OI	DTH	13.309	39.429
RÁDIO E TELEVISÃO MODELO PAULISTA Ltda.	NOSSATV	DTH	3.575	3.586
SKY BRASIL SERVIÇOS Ltda.	SKY/AT&T	DTH	257.511	247.778

Fonte: Anatel

### 3.3.3. Nordeste meridional: Bahia, Sergipe e Alagoas

Na Bahia a operadora Net atua em dois municípios, Lauro de Freitas e a capital, Salvador; em Sergipe, a Net atua somente na capital, Aracaju, e em Alagoas, também na capital, Maceió. A Claro/Embratel garante atender a 780 municípios baianos, contudo o estado só possui 417 cidades; em Sergipe afirma atender a 83 municípios, mas o estado só possui 75; em Alagoas, a operadora diz atender a 125 municípios, mas o estado só possui 102. A Sky/DirectTV informa atender a 376 municípios baianos, 33 sergipanos e 102 municípios alagoanos (o que equivaleria à cobertura total do estado). A operadora Oi diz atender a 100 municípios em Salvador, 7 em Sergipe e 49 em Alagoas. A Sim TV opera em duas cidades baianas, Feira de Santana e Salvador; em Sergipe a operadora atua em Aracaju, mas não possui operação em Alagoas. As operadoras Nossa TV e Cabo Telecom não atuam em nenhum destes três estados.

**Tabela 31: Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam na Bahia**

Bahia	
Operadora	Municípios
Net	Salvador
	Lauro de Freitas
Claro/Embratel	780 localidades
Sky/Direct TV	376 municípios
Oi	100 municípios
GVT (Vivo)	Alagoinhas
	Camaçari
	Feira de Santana
	Lauro de Freitas
	Salvador
	Simões Filho
Nossa TV	-
SIM TV	Feira de Santana
	Salvador
Cabo Telecom	-
O estado possui 417 municípios	

Fonte: Anatel

**Tabela 32: Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam em Sergipe**

<b>Sergipe</b>	
Operadora	Municípios
<b>Net</b>	Aracaju
<b>Claro/Embratel</b>	83 localidades
<b>Sky/Direct TV</b>	33 municípios
<b>Oi</b>	7 municípios
<b>GVT (Vivo)</b>	Aracaju
<b>Nossa TV</b>	-
<b>SIM TV</b>	Aracaju
<b>Cabo Telecom</b>	-
O Estado de Sergipe possui 75 municípios de acordo com o IBGE	

Fonte: Anatel

**Tabela 33: Operadoras de Televisão por Assinatura que atuam em Alagoas**

<b>Alagoas</b>	
Operadora	Municípios
<b>Net</b>	Maceió
<b>Claro/Embratel</b>	125 localidades
<b>Sky/Direct TV</b>	102 municípios
<b>Oi</b>	49 municípios
<b>GVT (Vivo)</b>	Maceió
<b>Nossa TV</b>	-
<b>SIM TV</b>	-
<b>Cabo Telecom</b>	-
O Estado de Alagoas possui 102 municípios de acordo com o IBGE	

Fonte: Anatel

O Nordeste meridional segue a tendência dos demais estados. Em Sergipe não existe mais emissora de TV por assinatura local, ver tabela 34. Em 2016, surgiu um canal chamado Via Mídia TV que é derivado de uma agência de publicidade, cuja atividade era divulgar produtos através de televisão corporativa. O recente canal de televisão divulgava que fazia parte da grade de canais da NET. Entretanto, a pesquisa não encontrou nenhuma referência da empresa na operadora, nem na Anatel. Na internet, a empresa aparece ligada ao site [www.viamidiaTV.br](http://www.viamidiaTV.br), cuja referência de programação está de 2016. Alguns programas são com personalidades sergipanas conhecidas, como Ana Alves, filha do ex-governador e ex-prefeito João Alves Filho, que tinha um programa na antiga TV Cidade, cujo nome era Super Recomendo. No sítio eletrônico também consta a divulgação da rádio Joven Pan, à qual é associada a emissora Via Mídia, cuja concessão pertence ao Grupo Lomes de radiodifusão, que possui 14 emissoras de rádio entre Sergipe e Bahia.

A pesquisa identificou também que no site disponível como televisão, o nome está ‘Rede Milagre - a palavra de Deus onde você estiver’, cujo conteúdo divulgado na home page é 24 horas de show gospel. Na pesquisa na Anatel não foi encontrada referência sobre Rede Milagre nem Via Mídia TV. A TV Cidade em Sergipe que havia sido a pioneira encerrou as atividades em 2016, passou a ser uma TV on line, através do endereço eletrônico <http://www.cxTV.com.br/TV-ao-vivo/TV-cidade-aracaju>, mas também encerrou as atividades on-line.

O estado de Alagoas segue a tendência dos demais, não registra operadora local, antes a mais conhecida da região era a Big TV, através da razão social, 614 TTV Maceió S/A, a empresa que operou nos estados de Alagoas, Paraíba, Paraná e São Paulo era integrante das Organizações Globo e Embratel, mas em 2009 foi incorporada à NET Serviços de Comunicação. Na Bahia, as operadoras de TV por Assinatura não possuem canais locais. A operadora Cable Bahia Ltda, operadora de TV a cabo em 2015 contabilizou 97.897 assinantes, em 2016 foram 74.126 e no primeiro trimestre, até março de 2017 foram contabilizados pela Anatel 14.958 assinantes.

No que se refere à base de assinantes em Aracaju, a Claro e a Sky lideram o setor, sendo que o grupo Sky/AT&T é o líder da audiência no segmento da TV por assinatura. Em Maceió, a base de assinantes da NET Serviço com a tecnologia de TV a cabo é a maior, liderando o segmento com mais de 600 mil, em seguida vem a Sky com mais de 190 mil, depois a Claro com 66.571. O grande destaque da Sky ocorre na capital da Bahia, em Salvador o grupo AT&T, ultrapassa o número de 1,7 milhão da sua base, seguida da concorrente Claro S/A que não alcança a metade do índice chegando a 545.008, a operadora CABLE BAHIA Ltda, apesar de ter perdido quase 20 mil assinantes de 2015 para 2016, se mantinha prestando os serviços de televisão a cabo na cidade, entretanto em 2017 a Anatel extinguiu a outorga da operadora, que pertenciam ao grupo TV Cidade, a agência informa que a medida foi por falta de regularidade fiscal por parte do grupo que atuava sob a tutela da marca SIM TV.

**Tabela 34: A TV por Assinatura em Sergipe**

ESTADO	TIPO	NOME FANTASIA	RAZÃO SOCIAL	SITUAÇÃO/GRUPO	MUNICÍPIO
Sergipe	<b>TV por Assinatura</b>				
	TV a Cabo /Privado	TV Cidade / +TVC	Teleserve S/A	<b>Sim TV / NET TV ON LINE EXTINTA</b>	Aracaju
	Privado/ MMDS	Lig TV/Jet TV	Televisão Cidade S/A	<b>Comprado pela Sky</b>	Aracaju

Fonte: Anatel

**Tabela 35: Base de assinantes dos grupos de operadoras de Aracaju**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
CLARO S/A	TELECOM AMERICAS	TVC	177.100	203.576
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICAÇÕES S.A.	TELECOM AMERICAS	DTH	81.903	65.355
GLOBAL VILLAGE TELECOM Ltda* março 2016	TELEFÔNICA	DTH	131.549	36.218
OI MÓVEL S.A.	OI	DTH	19.464	51.605
RÁDIO E TELEVISÃO MODELO PAULISTA Ltda.	NOSSATV	DTH	5.588	5.639
SKY BRASIL SERVIÇOS Ltda.	SKY/AT&T	DTH	300.673	261.319

Fonte: Anatel

**Tabela 36: A TV por Assinatura em Alagoas**

ESTADO	TIPO	NOME FANTASIA	RAZÃO SOCIAL	GRUPO	MUNICÍPIO
Alagoas	<b>TV por Assinatura</b>				
	TV a Cabo		NET CAMPO GRANDE Ltda	NET	Campo Grande
	MMDS		191 PARTICIPACOES S.A	Extinta	Campo Grande
	TV a Cabo	Big TV	614 TVT MACEIO S/A	Extinta	Maceió
	MMDS		ACOM COMUNICAÇÕES S/A	Galaxy/ Controlada indiretamente pela Sky- não existe	Maceió
	TV a Cabo		POWERLICE TELECOMUNICACOES Ltda	Em instalação	ARAPIRACA

Fonte: Anatel

**Figura 18: Mapa da Tv por Assinatura em Alagoas**



**Tabela 37: Base de assinantes dos grupos de operadoras de Maceió**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICAÇÕES S.A.	TELECOM AMERICAS	DTH	102.846	66.571
GLOBAL VILLAGE TELECOM Ltda	TELEFÔNICA	DTH	147.361	34.363
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	TELECOM AMERICAS	TVC	647.072	601.256
OI MÓVEL S.A.	OI	DTH	17.590	45.520
RÁDIO E TELEVISÃO MODELO PAULISTA Ltda.	NOSSATV	DTH	4.461	4.618
SKY BRASIL SERVIÇOS Ltda.	SKY/AT&T	DTH	220.428	196.414

Fonte: Anatel

**Tabela 38: A TV por Assinatura na Bahia**

ESTADO	TIPO	NOME FANTASIA	RAZÃO SOCIAL	GRUPO	MUNICÍP IO
--------	------	------------------	--------------	-------	---------------

TV POR ASSINATURA					
Bahia	TV a Cabo	RCA TV	RCA COMPANY DE TELECOMUNICA COES Ltda	Em operação	Lauro de Freitas
	MMDS		MMDS BAHIA Ltda.	Galaxy/ Controlada indiretamente pela Sky	Salvador
	MMDS		MMDS BAHIA Ltda.	Galaxy/ Controlada indiretamente pela Sky	Feira de Santana
	TV a Cabo	TV Bonfim Canal 10	TBL - TELECOMUNICA COES BONFINENSE Ltda	Em operação	Senhor do Bonfim
	TV a Cabo		CABLE.COM TELECOMUNICA COES Ltda	Em operação	Porto Seguro
	TV a Cabo		CABLE BAHIA Ltda	Em operação	Salvador
	TV a Cabo		CABLE.COM TELECOMUNICA COES Ltda	Em operação	Ilhéus
	TV a Cabo	RCA TV	RCA COMPANY DE TELECOMUNICA COES Ltda	Em operação	Teixeira de Freitas
	TV a Cabo	TV Litorânea	RTVC CAMACARI Ltda	Em operação	Camaçari
	MMDS		MMDS BAHIA Ltda.	Galaxy/ Controlada indiretamente pela Sky- não existe	Itabuna
	TV a Cabo		CABLE BAHIA Ltda	Em operação	Feira de Santana
	TV a Cabo		CABLE.COM TELECOMUNICA COES Ltda	Em operação	Itabuna
	MMDS		MMDS BAHIA Ltda.	Galaxy/ Controlada indiretamente pela Sky	Salvador
	Canal TVA	TV Salvador	TELEVISAO SALVADOR Ltda	Rede Bahia, afiliada da Globo	Salvador

Fonte: Anatel

**Tabela 39: Audiência da operadora Cable Bahia Ltda em Salvador**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
--------------	-------	------------	------	------

CABLE BAHIA Ltda	Outras	TVC	97.897	74.126
------------------	--------	-----	--------	--------

Fonte: Anatel

**Tabela 40: Base de assinantes dos grupos de operadoras de Salvador**

Razão Social	Grupo	Tecnologia	2015	2016
CLARO S/A	TELECOM AMERICAS	TVC	454.253	545.008
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICAÇÕES S.A.	TELECOM AMERICAS	DTH	676.978	509.664
GLOBAL VILLAGE TELECOM Ltda	TELEFÔNICA	DTH	475.197	113.722
OI MÓVEL S.A.	OI	DTH	94.491	228.336
RÁDIO E TELEVISÃO MODELO PAULISTA Ltda.	NOSSATV	DTH	32.190	32.680
SKY BRASIL SERVIÇOS Ltda.	SKY/AT&T	DTH	1.875.171	1.714.187

Fonte: Anatel

**Figura 19: Mapa de Tv por Assinatura na Bahia**



### 3.3. Grupos que atuam na região em associações locais

O cadastro de operadoras na Anatel é uma rica fonte de dados para se traçar um panorama do setor da TV por assinatura no Brasil e mapas da atuação regional das empresas. Porém, há muita imprecisão de informações, que dificulta interpretações seguras. Por



exemplo, várias empresas aparecem como “em instalação” em certos municípios, o que lança dúvidas sobre se de fato estão iniciando operações na localidade ou apenas “marcando território”.

Ao todo, 13 operadoras cadastradas na Anatel atuam na região Nordeste, das quais 7 são estrangeiras, 1 nacional e 5 locais. Algumas atuam em mais de um estado, outras em apenas um. A Powerlice Comunicação Ltda. está autorizada pela Anatel para atender aos seguintes estados nordestinos: Piauí, Ceará, Maranhão e Alagoas. No Piauí, pode funcionar no município de Parnaíba, com a tecnologia TV a cabo, porém ainda consta no relatório da Anatel como ‘em instalação’. No Maranhão, a empresa está cadastrada para funcionar no município de Timon, mas consta como ‘em instalação’. No Ceará, o município cadastrado para funcionar é Maracanaú, também ‘em instalação’. Em Alagoas, o município cadastrado para funcionar com a tecnologia TV a cabo é Arapiraca, mas assim como os demais, consta ‘em instalação’.

A Acom Comunicação S/A está cadastrada para atuar nos estados do Rio Grande do Norte, Piauí, Paraíba, Maranhão e Alagoas, mas a operadora que foi considerada a maior em TV por assinatura do país com a tecnologia MMDS (micro-ondas) e dona da marca Jet TV, deixou de existir depois de comprada pela Sky em 2012. A NET Serviço de Comunicação S/A está presente em todos os estados e nas nove capitais nordestinas.

A empresa MMDS Bahia Ltda foi comprada em 2013 pela empresa Galaxy Brasil, que é controlada pela Sky. Essa compra só foi aprovada depois da mudança no novo quadro societário da Sky, em que a Globo participações deixou de exercer o poder de controle sobre as suas atividades relacionadas à exploração de serviços de telecomunicações. Antes da venda para a empresa Galaxy Brasil, a MMDS Bahia pertencia à família do prefeito de Salvador, Antônio Carlos Magalhães Neto, que também detém concessão de TV aberta, ou seja, de radiodifusão, o que não é permitido pela lei do SeAC<sup>53</sup>, e a empresa Galaxy Brasil havia entrado com o pedido de autorização para funcionar no Serviço de Acesso Condicionado.

A RTVC Camaçari Ltda é uma empresa com tecnologia de TV a cabo que funciona em Camaçari, município da Bahia; a Cable Bahia Ltda é uma empresa com tecnologia de TV a cabo que funciona capital da Bahia, Salvador e Feira de Santana. Entretanto, a Anatel publicou no Diário Oficial da União<sup>54</sup>, do dia 7 de junho de 2017, o cancelamento de 15 outorgas, entre elas as duas da Cable Bahia Ltda, a da Columbus Participações S/A em

---

<sup>53</sup> A mesma que a Lei 12.485/2011

<sup>54</sup> O cancelamento das outorgas estão disponíveis em <http://zip.net/bwtMKY>



Pernambuco e a outorga da Televisão Cidade S/A em Aracaju, no estado de Sergipe<sup>55</sup>. A empresa RCA Company de Telecomunicações Ltda, com tecnologia de TV a cabo, funciona também nos municípios baianos de Lauro de Freitas e Teixeira de Freitas.

A empresa Cable.com Telecomunicações Ltda também trabalha na Bahia com a tecnologia TV a cabo nos municípios de Ilhéus, Porto Seguro e Itabuna. A empresa Televisão Salvador Ltda é uma empresa com tecnologia TVA<sup>56</sup>, de acordo com a Comissão Nacional de Classificação (CONCLA) do IBGE, considerada “uma programadora de televisão por assinatura cuja atividade consiste em definir o conteúdo da programação dos canais sob sua responsabilidade” e cuja “receita das unidades nessa categoria provém também da venda de espaço publicitário e da venda de programas”.

A empresa T.B.L Telecomunicações Ltda possui tecnologia de TV a cabo e atua no município do Senhor do Bonfim na Bahia. A empresa Jangadeiro MMDS atua no Ceará, no município de Juazeiro do Norte com tecnologia MMDS, de acordo com a Anatel ainda está em operação. A Jangadeiro Cabo Ltda é uma empresa de tecnologia de TV a cabo que atua no município de Caucaia, no Ceará, e possui o nome fantasia de NET Fortaleza. A TV Show Brasil S/A era uma empresa que atuava em Fortaleza com tecnologia MMDS e foi comprada pela Sky. A Videomar Rede Nordeste S/A é uma empresa de TV a cabo que está em operação no Ceará, na capital Fortaleza, com o nome Fantasia Multiplay Telecom é uma operadora de televisão por assinatura por cabo, cuja atividade da empresa é captação de sinais de canais contratados e abertos e fazem a distribuição do sinal de programação para os assinantes mediante transmissão por cabo; também atua no acesso à internet por operadoras de televisão por assinatura por cabo. Não é uma programadora. A empresa Raimundo Ancelmo Lima Mororo e CIA é uma empresa de tecnologia TVA, que envia a programação ao assinante por meio de sinais UHF e atua na capital Fortaleza, no Ceará.

A empresa Telecomunicações Nordeste Ltda atua em São Luis e tem como nome fantasia a TVN; a TV Upaon-Açu Ltda é uma televisão considerada serviço especial de Televisão por assinatura, popularmente conhecida como TVA, o nome fantasia é TV Meio Norte Maranhão e opera no canal 28 UHF digital e é uma emissora própria da Rede Meio Norte. A TV Filme Sistemas Ltda foi comprada pela Sky, Televisão Cidade S/A fazia parte do

---

<sup>55</sup> Mais informações do cancelamento dos contratos das operadoras de TV por assinatura estão disponíveis em <http://zip.net/brtM9M>

<sup>56</sup> Esta operadora utiliza a tecnologia TVA é o serviço de telecomunicações no qual a programadora transmite o sinal até o "headend" da operadora, que envia a programação ao assinante por meio de sinais UHF codificados, sendo permitida, a critério do poder concedente, a utilização parcial sem codificação.



grupo da SIM TV, mas de acordo com a regulamentação da Anatel teve a outorga extinta e o contrato cancelado, como citado anteriormente.

A Rajada Telecomunicações Ltda era uma empresa que funcionava com tecnologia de TV a cabo no município de Petrolina em Pernambuco e teve a outorga extinta pela Anatel<sup>57</sup>; A Columbus Participações S/A também foi extinta em junho de 2017, a Sidys Comunicações Ltda é uma empresa de TV a cabo que funciona em Currais Novos, município do estado do Rio Grande do Norte; A empresa Sistema Oeste de Comunicação é uma empresa que funciona com tecnologia de TV a cabo do município de Mossoró no Rio Grande do Norte; a Cabo Serviço de Telecomunicação Ltda é uma empresa com tecnologia de TV a Cabo que funciona na capital, Natal, do Rio Grande do Norte; A Teleserve S/A também não existe mais, foi comprada pela Sky.

Diante do quadro apresentado no item anterior que relata de acordo com os dados fornecidos pela Anatel, é importante observar a atuação dos grandes grupos como SKY/AT&T, Claro entre outras estão ligadas a determinado grupo ou holding que na maioria das vezes compra as pequenas operadoras, numa lei de mercado que promete a globalização ou o avanço das tecnologias. Entretanto, depois do levantamento dos dados informados pela Anatel foi possível identificar, mesmo que de forma muito sutil em alguns casos, a relações midiáticas de propriedade com o poder local, principalmente no que se refere ao Estado do Maranhão e Bahia como consta na contextualização do item TV por Assinatura no Nordeste, entretanto a Lei 12.485 através das agências reguladoras tem fiscalizado algumas operações econômicas e vetado o prosseguimento.

Muitas das políticas de Comunicação que iniciaram através das concessões dos canais de televisão na década de 1980 ainda permanecem, tentando, de certa forma, continuar com o império da Comunicação, no Serviço de Acesso Condicionado (SeAc), visto que somente em último caso as trocas de proprietários são efetuadas para seguir adiante a legislação, de acordo com as normas da Anatel e do arcabouço que regulamenta o setor desde 2011, como é o caso da Lei 12.485/2011.

O grupo econômico Sky fez a compra da operadora de MMDS *Acom*, que atuava com a marca *JET TV* em 14 regiões metropolitanas desde 2005, entre as quais Aracaju. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e o Conselho Administrativo de Direito Econômico (Cade) liberaram a Sky para efetivar a compra da operadora. A *SKY* atualmente é a empresa

---

<sup>57</sup> Para mais informações o detalhamento da Anatel disponível em <http://zip.net/bttNWB>



de TV por assinatura que está crescendo em maiores proporções, mas ainda não é dominante no mercado. Contudo, a empresa ficou detentora de 26 outorgas de MMDS para expandir a sua atuação em banda larga. Como o raio de cobertura do MMDS é de 35 km, estas outorgas acabam atendendo a mais de uma cidade.

As licenças da *Acom* atendiam às regiões metropolitanas de Manaus, São Luís, Teresina, Natal, João Pessoa, Maceió, Aracaju, Cuiabá, Campo Grande, Ipatinga/MG, Juiz de Fora/MG, Campos dos Goytacazes/RJ, Volta Redonda/RJ e Santos/SP. Sites especializados em telecomunicações acreditam que a estratégia da Sky com aquisição da *Acom* é assegurar espectro para poder operar banda larga nessas cidades, a exemplo do que já faz em Brasília.

O que foi observado na pesquisa é que as operadoras que não são ligadas aos grandes grupos acabam ofertando o mesmo serviço e tecnologia que as grandes operadoras, numa tentativa de sobrevivência. Mas diante da mudança da legislação brasileira, a formação de oligopólio tem de certa forma sido mais fiscalizada. Porque com a Lei 12.485 muitas operações tiveram que ser desfeitas ou não foram concluídas, bem como algumas a exemplo da compra da AT&T quando da fusão da Sky teve que se desfazer de algumas ações que possuía em outro grupo de telecomunicação, como citado no capítulo 2 deste trabalho.

Entre essas operações de fiscalização da concentração da propriedade ressalta-se em 2017 a decisão do conselho Diretor da Anatel em extinguir as outorgas de TV a cabo das operadoras Televisão Cidade, Cable Bahia, Columbus Participações e Multicabo Televisão, do grupo TV Cidade, é importante destacar que estas empresas funcionam sob a chancela da marca SIMTV.

Mas a atitude da Anatel foi mais firme e indeferiu todos as solicitações do serviço de TV a cabo (TVC) para o regime do Serviço de Acesso Condicionado (SeAC) das prestadoras do grupo, por ausência da comprovação de regularidade fiscal, isso porque desde 2012 a Band (grupo Sim TV) havia transferido o controle para executivos da empresa e apresentou uma nova composição de sócios, o que iria resultar em alteração. Para haver a alteração é preciso autorização da Anatel, entretanto a empresa não apresentou comprovação de regularidade fiscal. A Agência identificou também que os sócios da Televisão Cidade participariam do quadro societário e diretivo de prestadoras de radiodifusão (grupo Band), tal procedimento é vedado pelo artigo 5º da Lei do SeAC.

Ainda de acordo com o artigo 37, §7º, da Lei do SeAC, que não admite renovações e transferências de outorgas de controle, renovações de autorização do direito de uso de radiofrequência, alterações na composição societária da prestadora ou demais alterações de



instrumentos contratuais referentes à prestação dos serviços para prestadoras que adaptarem seus instrumentos de outorga para o serviço de acesso condicionado.

As cidades do Nordeste que o grupo SIM TV tinha as outorgas eram Aracaju/SE, Jaboatão dos Guararapes/PE, Paulista/PE, Olinda/PE, Cuiabá/MT, Recife/PE, Feira de Santana/BA e Salvador/BA. Frisa-se que a marca também atuava na região Sul e Sudeste do país. No que diz respeito a história da televisão por assinatura no Brasil e no Nordeste o grupo TV Cidade tem participação de investimentos no setor. O grupo TV Cidade era formado por uma associação entre o grupo Bandeirantes, SBT e Jornal do Brasil, o grupo conquistou diversas outorgas de TV a cabo no processo de licitação realizado no final dos anos 90 e começo dos anos 2000.

Nos mercados para que tinha autorização era considerada como uma das operadoras que prometia ocupar posição de destaque no mercado, principalmente depois de receber os investimentos de empresas estrangeiras através da capitalização de fundos norte-americanos, entre eles Hicks, Muse, Tate & Furst. Entretanto, algumas crises de gestão e dificuldades operacionais a Band assumiu o comando do grupo, porém o passivo já era alto. Com a aprovação da Lei do SeAC, em 2011, a Band como serviço de radiodifusão não podia ser acionária de uma operadora de TV a cabo, o que obrigava a venda. Mas sem sucesso, pelo passivo elevado, não conseguiu comprador para a operação, nem regularizou a situação fiscal junto à Anatel, as outorgas foram extintas e os contratos cancelados em maio de 2017. As empresas tiveram 60 dias para avisar os clientes que estavam obrigadas a interromper as atividades.

No caso das operadoras e dos canais fechados da Bahia, podemos citar o caso a empresa Galaxy Brasil, controlada pela Sky, comprou a MMDS Bahia – empresa que teve a concessão autorizada pelo Presidente José Sarney e como Ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães, na década de 1990. A operação de venda foi iniciada em 2012 e aprovada pela Anatel no mesmo ano, já que a Agência não identificou prejuízos à concorrência. As empresas baianas detinham outorga de TV por assinatura por micro-ondas em 19 municípios do estado. Mas a venda foi realizada depois da lei do serviço de acesso condicionado, a operação ficava impossibilitada de acontecer sem as comprovações do controle acionário, porque a MMDS Bahia pertencia à família do prefeito de Salvador, Antônio Carlos Magalhães Neto, que também detém concessão de TV aberta, ou seja, de radiodifusão, o que não é permitido pela lei do SeAC.

#### 4. CONCLUSÕES

É importante salientar que com o avanço da tecnologia as operadoras que não pertencem aos grandes grupos econômicos do setor, também oferecem os serviços e ofertam as mesmas tecnologias, ressalta-se que não foi objeto da pesquisa discutir a questão da qualidade dos serviços da tecnologia ofertados, mas a identificação dos grupos que atuam no nordeste, se existe canal local de TV por assinatura com grade de programação local sem retransmissão de rede, ou seja, no modo 100% de programação local/própria ou com produção independente- aquela que aluga o horário da grade de programação, bem como os desafios para disputar um mercado com as gigantes internacionais, assim como enfrentar a concorrência da TV aberta.

Além disso, é importante ressaltar que não foi objetivo da pesquisa as televisões públicas, públicas legislativas e nem as televisões comunitárias.

Dentre os quadros apresentados no item 3, que mostra o mapa da TV por assinatura no Nordeste, não foi localizado na pesquisa canal local de TV por assinatura com programação 100% local nas capitais da região.

De acordo com os dados analisados a concentração da televisão por assinatura no Brasil segue a tendência desde quando surgiu quanto do início - na década de 1988- dos serviços da tv a cabo, nas regiões sudeste e sul, com a maior parte de oferta e assinaturas, mesmo com a extensão territorial menor que o Norte/Nordeste.

Esse aglomerado de serviços na região Sul/Sudeste resulta na maior parte dos estudos de mídia, ficando a região nordeste com lacunas acadêmicas no que se refere a regionalização da comunicação.

Apesar dos processos históricos e políticos que fizeram parte da construção jurídica do segmento, a discussão de uma legislação única para regular o setor de TV por Assinatura no Brasil, através da lei 12.485 de 2011, a Lei de Serviço de Acesso Condicionado (SeAc), até a aprovação da lei, representa uma histórica tentativa de diminuição da concentração dos conglomerados de mídia que dominavam o setor. É através dos artigos 5º e 6º que o impedimento fica claro. Ou seja, a legislação não permite que uma controladora de telecomunicações seja também dona de produtora de conteúdo ou vice-versa, com o objetivo evitar a concentração vertical dos detentores da infraestrutura e dos programadores de conteúdo audiovisual, como ocorria no país.



Depois da aprovação da Lei, a Anatel, a Ancine e o Cade são os braços do estado na fiscalização e liberação das operações de créditos e identificação de possível propriedade cruzada que antes existia no setor e agora é vedado pelo SeAc.

O resultado é o surgimento de novos fenômenos do mercado, principalmente no que se refere às questões de convergência tecnológica e ampliação de oferta de conteúdo nacional, brasileiro, que antes não era respeitado pelas operadoras/programadoras como rege a Constituição, embora também não havia fiscalização por parte do Estado.

Apesar dos grupos econômicos terem se unido, contra a lei que regularia o setor na época, a exemplo da Sky, o mercado adaptou-se as novas regras e parece não demonstrar crise financeira nas operadoras, mesmo diante da redução do número de assinantes, provocado pela situação econômica do país, como identificado pela Anatel no final de 2016, uma perda de mais de 95 mil assinaturas se comparada ao final do ano de 2015. Com exceção do grupo Oi que informa juridicamente os prejuízos financeiros, os grandes grupos econômicos têm demonstrado crescimento na ampliação do mercado, desde os investimentos em tecnologia a operações econômicas na compra de operadoras locais, principalmente como o que foi apresentado nesse trabalho, com as operadoras que ofertam a tecnologia MMDS.

Considerado o oitavo mercado de TV por Assinatura no mundo, o setor brasileiro demonstra otimismo, apesar da base de assinantes ter diminuído, pela Anatel são 18,8 milhões de domicílios com acesso a canais pagos, a média do brasileiro que assiste a esses canais são de 3h.

Apesar do otimismo, a Tv por assinatura não conseguiu ultrapassar a audiência da Tv aberta.

Entretanto, é preciso destacar a mobilidade das operações mercadológicas, visto que é um setor privatizado, os investimentos não cessam para garantir o maior número de assinantes, principalmente no quesito tecnologia, e as empresas de TV por Assinatura ampliam de forma cada vez mais veloz. Entre os grandes grupos, a hegemonia do grupo Claro avança desde dezembro de 2010, com mais de 50% do mercado brasileiro pertence ao grupo Claro, seguido da Sky.

Esses dois grupos, Claro e Sky, são os que mais investem na compra das operadoras locais, muitas deixaram de operar na região, com exceção para a Cabo Serviços de Telecomunicações Ltda, no estado do Rio Grande do Norte, comprada pela Sky, mas que ainda se mantém em operação. Esse movimento das operações no nordeste, no setor da Tv por assinatura, fora do eixo sul/sudeste, que resultou no mapa de televisão por assinatura na



região nordeste teve por objetivo preencher parte da lacuna de estudos sobre a regionalização da comunicação e das telecomunicações, propondo um mapeamento, identificando os grupos que atuam estão presentes nos nove estados nordestinos, agrupados de acordo com os recortes geográficos: Nordeste Setentrional, que compreende os estados do Ceará, Piauí e Maranhão; Nordeste Central, composto por Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte; e o Nordeste meridional, que abrange a Bahia, Sergipe e Alagoas.

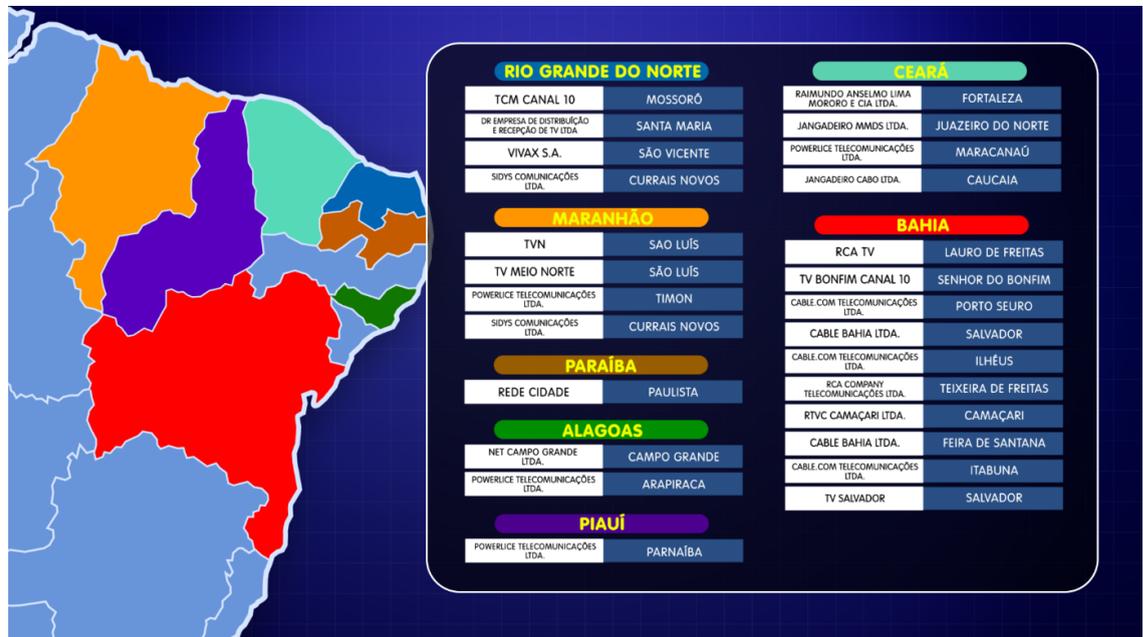
Desta forma, o objetivo desta pesquisa foi formatar um mapa sucinto de como é a situação dos canais fechados, de Tv por assinatura, com programação exclusivamente local, mesmo com grande quantidade de reprise, mas com grade de programação própria ou com programas independentes, ou seja, aquelas localizadas em capitais e que funcionam com a venda de espaço. Não foi possível identificar esses canais, de acordo com os dados, planilhas da Anatel entre outras pesquisas por estados e que foi possível acessar.

Contudo é importante salientar que o objeto desta pesquisa e uma breve situação dos canais fechados de televisão que são veiculados nas diversas operadoras só foi possível pelas análises dos diversos dados disponibilizados pela Anatel, contabilizando diversas planilhas, muitas com mais de 300 linhas e dezenas de colunas em formato excel. A exemplo da planilha com os dados da Tv por Assinatura que vai de 2012 ao segundo semestre de 2013, que contabilizam 19.583 linhas e 23 colunas. Desta forma, através dos dados da Anatel, de sites e revistas especializadas foi possível traçar esse mapeamento geral dos canais locais encontrados, conforme ilustração produzida pela pesquisadora e exposta através das figuras 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18 e 19, que buscam exemplificar a situação de cada estado do Nordeste. Entretanto, não foi identificado - de acordo com os dados e período investigado-, programação 100% local nas capitais. Mas o espírito pesquisador sobre a Tv por Assinatura no Brasil continua, para que através de outras pesquisas, no futuro, possa identificar pontualmente a situação do segmento no Brasil e nas regiões, fora do eixo central em franca expansão como a região Sudeste/Sul. Diante das informações coletadas, este trabalho encerra a pesquisa com um mapeamento por estado do Nordeste com Operadora de TV por Assinatura local.

Apenas os estados de Sergipe e Pernambuco não foram identificados, durante a pesquisa, com operadora de TV por assinatura com canal local. Durante a pesquisa foi possível verificar através de sites e das planilhas da Anatel que no estado de Pernambuco, não existe mais operadora local, nem TV por Assinatura local. A Anatel extinguiu a outorga do grupo Televisão Cidade S/A, da Sim TV e a Operadora Columbus Participações, e as outras

operadoras de MMDS foram compradas pela Sky. Já em outro estado nordestino, em Sergipe, a situação é similar, sem operadora de Tv por Assinatura local, conforme segue a Figura 20.

**Figura 20: Mapa Geral da Tv por Assinatura**



## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Sonia. **Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes. Editora da PUC-RJ, 2016
- AGUIAR, Sonia. Geografias da comunicação contemporânea: um mapa teórico e empírico do campo. **Contemporânea**, N.21, Ano 11, Vol.1, 2013. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/6960>
- AGUIAR, Sonia. Geografias e economia política da comunicação: diálogos de fronteira. **Eptic in línea - Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación**. vol. XIII, nº 3, Sep-Dic, 2011. Disponível em: <http://www.seer.ufs.br/index.php/epctic/article/view/306/204>
- BAZI, Rogério Eduardo R. **TV regional: trajetórias e perspectivas**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001.
- BOLAÑO, César R. S. **Comunicação e a crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas**. 2. São Cristóvão, SE: Universidade Federal de Sergipe. Editora UFS, 2008.
- BOLAÑO, Cesar Ricardo Siqueira (org.). **Comunicação, educação, economia e sociedade no Brasil: desenvolvimento histórico, estrutura atual e os desafios do século XXI**. São Cristóvão: Editora UFS, 2008.
- BOLAÑO, Cesar Ricardo Siqueira. **A Televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007.
- BOLAÑO, \_\_\_\_\_ . **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.



BOLAÑO,\_\_\_\_\_. **Mercado brasileiro de televisão**. 2. Ed. rev. e ampl. São Cristóvão, SE: Universidade Federal de Sergipe. São Paulo: EDUC, 2004.

BOLAÑO,\_\_\_\_\_. **Indústria Cultural: Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/ Polis, 2000.

BOLAÑO, Cesar R.S.. **Regionalização e reforma das telecomunicações no Brasil**. São Cristóvão: UFS, 2001. Disponível em: <http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2014/12/libon2ed.pdf>

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. Capitalismo e política de comunicação: a TV digital no Brasil. **Economia política, comunicação e cultura**: aportes teóricos e temas emergentes na agenda política brasileira. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2009.

BOLAÑO, Cesar R.S.. & Massae, F. (2000). A situação das telecomunicações no Brasil ao final do processo de privatização. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. Vol.23, nº1, 2000. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/2004/1782>

BRASIL, ANATEL. **Sistema de Acompanhamento das Obrigações das Prestadoras de TV por Assinatura**, disponível em [http://www.anatel.gov.br/hotsites/conheca\\_Brasil\\_SATVA/paginas/sergipe.asp](http://www.anatel.gov.br/hotsites/conheca_Brasil_SATVA/paginas/sergipe.asp). Acesso em: 28 de agosto de 2016.

BRASIL, ANATEL. **Sistema de Acompanhamento das Obrigações das Prestadoras de TV por Assinatura**, disponível em [http://www.anatel.gov.br/hotsites/conheca\\_Brasil\\_SATVA/paginas/alagoas.asp](http://www.anatel.gov.br/hotsites/conheca_Brasil_SATVA/paginas/alagoas.asp). Acesso em: 22 de agosto de 2016.

BRASIL. ANATEL. Informações Técnicas, TV por Assinatura, 2012. <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do>

BRASIL. ANATEL. **Panorama dos Serviços de TV por assinatura**. 48ª edição. Brasília: 2012.

BRITTO, Thaís. Novo público também provoca mudanças na TV fechada. **O Globo**, Rio de Janeiro, 20 maio 2012. Revista da TV (online). Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/novo-publico-tambem-provoca-mudancas-na-tv-fechada-4934966>. Acesso em 08/08/2016.

BRITTOS, Valério Cruz. História, economia política e tendências da TV brasileira. In: **Conexão – Comunicação e cultura**– Revista de comunicação da Universidade de Caxias de Sul. v.1, n.1, jan-jun 2002.

BRITTOS, Valerio Cruz & Gomes, Pedro Gilberto (org.). **Comunicação e Governabilidade na América Latina**. Rio Grande do Sul: Editora Unisinos,2008.

BRITTOS, Valérios C (org.). **Economia Política da Comunicação**: convergência tecnológica e inclusão digital. Rio de janeiro: Mauad X, 2011.

BRITTOS, Valérios C **A comunicação no capitalismo avançado**. Comunicação apresentada ao IV Congresso Português de Sociologia. Sociedade portuguesa: passados recentes/futuros próximos,Coimbra. FEUC, 17-19 Abril, 2000. Disponível em: [http://www.aps.pt/cms/docs\\_prv/docs/DPR462dfb49a8765\\_1.PDF](http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR462dfb49a8765_1.PDF)



BRITTOS, Valérios C. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. Salvador, BA: Universidade Federal da Bahia, 2001. (Tese de doutorado)

BRITTOS, Valérios. C. **A participação do Estado no mercado de TV por Assinatura**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/brittos-valerio-estado-tv-assinatura.pdf>

CAPPARELLI, Sérgio; SANTOS, Suzy. Caminhos cruzados: a televisão entre a web e as teles. In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos. **Janelas do ciberespaço – comunicação e cibercultura**. Porto Alegre: Salinas, 2001, p. 254-277.

CASTRO, Daniel & Melo, José Marques de (org.) **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações - Volume I e II**. Brasília: Ipea, 2012.

DANTAS, M.. **A lógica do capital informação**. A fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

DINIZ FILHO, Luiz Lopes. **A hegemonia da geografia crítica**. Disponível em: <http://www.geocritica.com.br/geocritica.htm>, versão: 24 de janeiro de 2011.

DIZARD, Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

DUARTE, Jorge, BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DUARTE, Luiz Guilherme. **É pagar para ver: A TV por assinatura em foco**. São Paulo: Summus, 1996.

EPSTEIN, Isaac. Ciência, poder e comunicação. In: DUARTE, Jorge, BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FADUL, Anamaria e GOBBI, Maria Cristina (Orgs.). **Mídia e região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática**. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

FADUL, Anamaria; REBOUÇAS, Edgard. **Por uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas e grupos de mídia: o caso do Nordeste brasileiro como referência**. In: *Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro: Intercom/Uerj, 2005. Disponível em: <http://migre.me/sfUzJ>.

GOMES, Wilson. **Trnsformações da política na área da Comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HERSCHMANN, Micael, FREIRE FILHO; João (org.). **Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiências**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

HERZ, DANIEL. **A Introdução de novas tecnologias de Comunicação no Brasil: tentativas de implementação do serviço de Cabodifusão: um estudo de caso**. Brasília, Unb, 1983. (Dissertação de mestrado)

HERZ, Daniel. **Apresentação e Mercado audiovisual brasileiro: impactoseconômicos, políticos e culturais da introdução da televisão por assinatura**. In: *Comunicação & Política*. jan./abr., 1996.

JAMBEIRO, Othon. **Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul**. Salvador: EDUFBA, 2000.



JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valério & BENEVENUTO Jr. Álvaro (org.). **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia**. Salvador:EDUFBA,2005.

LEYS, Colin. **A política a serviço do mercado – democracia neoliberal e interesse público**.Rio de Janeiro: Record, 2004.

LIMA, Venício Arthur de. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.

\_\_\_\_\_. **Mídia: teoria e política**. 2.ed.São Paulo: Perseu Abramo, 2004.

LUHMAN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo:Paulus,2005.

MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus. 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Globalização comunicacional e transformação cultural. *In*: MORAES, Dênis de (org.). **Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MCCHESENEY, Robert. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. *In*: MORAES, Dênis de (org.) **Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MORAES, Dênis de (org.). **Planeta mídia: tendências da comunicação na era global**. Campo MORAES, Grande: Letra Livre, 1998.

\_\_\_\_\_. O capital da mídia na lógica da globalização. *In*: **Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

\_\_\_\_\_. (org.). **Sociedade Mdiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

\_\_\_\_\_. A lógica da mídia no sistema de poder mundial. *In*: **Revista de Economia de las Tecnologías de la Informacion y comunicación**<[www.epetic.com.br](http://www.epetic.com.br)>Vol VI, n. 2, p. 16-36, mayo-ago., 2004.

MOREIRA, Sonia Virgínia (org.). **Geografias da Comunicação**: espaço de observação de mídia e de culturas. Rio de Janeiro/São Paulo: UERJ/Intercom, 2012. Disponível em: [http://geografias.net.br/pdf/livros/colecao\\_gps\\_3.pdf](http://geografias.net.br/pdf/livros/colecao_gps_3.pdf)

MOREIRA, Sônia Virgínia. **Por que Geografias, no plural, para a Comunicação**. Disponível em: <http://www.geografias.net.br/papers/2012/R7-1904-1.pdf>

MORLEY, David. **Home territories: media,mobilityandidentity**. London/New York: Routledge, 2000.

PESSINI, José Eduardo. **A indústria brasileira de telecomunicações**: uma tentativa de interpretação das mudanças recentes. Dissertação (Mestrado em Economia) – Instituto de Economia, Unicamp, Campinas. 1986.

PIERANTI, Octavio P. ; SANTOS, Susana F. **O estudo comparativo de regras de Must carry na TV por assinatura**. Brasília, Anatel, 2008.

PINTO, Pâmela Araujo. Mídia regional no Brasil: uma análise dos subsistemas midiáticos das regiões Norte e Sul. **Revista Eptic On-line**, v. 16, nº 3, p. 59-78, set.-dez. 2014. Disponível em: [seer.ufs.br/index.php/eptic/article/download/59/pdf](http://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/download/59/pdf).

\_\_\_\_\_. O reposicionamento da mídia regional no sistema midiático brasileiro. *In*: Anais do IV Encontro Nacional da Ulepicc-Brasil. Rio de Janeiro: Uerj, 2012. Disponível em:



[http://www.rscomunica.com.br/ulepicc/pdf/gt1/PINTO\\_o\\_reposicionamento\\_da\\_midia\\_regional\\_no\\_sistema\\_midiatico\\_brasileiro.pdf](http://www.rscomunica.com.br/ulepicc/pdf/gt1/PINTO_o_reposicionamento_da_midia_regional_no_sistema_midiatico_brasileiro.pdf).

QUADROS, Juarez. História da TV por assinatura. **Revista Home Theater** (2007) Disponível em: <http://revistahometheater.uol.com.br/hotsites/tvpaga/historia/>

RAMOS, Murilo César. **A polêmica presença do capital estrangeiro nas empresas de comunicação social brasileira: uma análise exploratória**. Brasília: UnB, 2001.

RAMOS,\_\_\_\_\_. **Às margens da estrada do futuro – comunicações, políticas e tecnologias**. Brasília: Universidade de Brasília, 2000. Livro-eletrônico: disponível em: [www.unb.br/fac/publicacoes/murilo](http://www.unb.br/fac/publicacoes/murilo).

RAMOS,\_\_\_\_\_. TV por assinatura: a segunda onda de globalização da televisão brasileira. In: MORAES, Dênis de. **Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

RAMOS,\_\_\_\_\_. **Uma nova legislação para as comunicações brasileiras e o paradoxo daradiodifusão**. Brasília: UnB, 1997.

RAMOS,\_\_\_\_\_. Comunicação e reforma constitucional: impacto político e estratégico. In: **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, Cebela, ago./nov. 1995.

RAMOS, Murilo, SANTOS, Suzy. **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007.

RAMOS, Murilo; MARTINS Marcus. **A TV por assinatura no Brasil: conceitos, origens, análise e perspectivas**. Texto apresentado no GT de Políticas de Comunicação do Intercom, Sergipe, 1995.

RIDENTI, Marcelo. Cultura e política: os anos 1960-1970 e sua herança. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (orgs.) **O tempo da ditadura – regime militar e movimentos sociais em fins do século XX**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. (Col. O Brasil Republicano, Vol. 4)

SALATA, André R.. Quem é classe média no Brasil? Um estudo sobre identidade de classe. **Dados**, v. 58 n° 1, Rio de Janeiro jan/mar. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/dados/v58n1/0011-5258-dados-58-1-0111.pdf>. Acessado em 10 de agosto de 2016.

SANTOS, Laymert Garcia dos. **Politizar as novas tecnologias – O impacto sócio-técnico da informação digital e genética**. São Paulo: Ed. 34, 2004.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional**. 5ªed. São Paulo: Edusp, 2008.

\_\_\_\_\_. Elogio da lentidão. In: **O país distorcido**. São Paulo: Publifolha 2002.

\_\_\_\_\_. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, Verlane Aragão. **A firma-rede e as novas configurações do trabalho nas telecomunicações brasileiras**. Aracaju: Editora UFS, 2008

SANTOS, V. & SILVA G. . “A inserção da telefonia brasileira no quadro de reestruturação das telecomunicações”. In: **REDES.COM** n.3, 2006. Sevilha, Cosmopolíticas Y Diputación.

SCALON, Celi; SALATA, André. **Uma nova classe média no Brasil da última década? O debate a partir da perspectiva sociológica**. Sociedade e Estado, vol.27 n° 2 Brasília,



mai/ago. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/se/v27n2/a09v27n2.pdf>. Acesso em 07/07/2016.

SELAIMEN, Graciela; LIMA, P. H. (orgs.) **Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação – Um tema de todos**. Rio de Janeiro: Rits, FundaciónHenrichBöll, 2004.

SOUZA, Marcio Vieira de. **As vozes do silêncio – o movimento pela democratização da comunicação no Brasil**. Paris/Florianópolis: FondationPour Le Progrès de L’Homme e Diálogo Cultural e Comunicação, 1996.

STIVAL, Fernando. **Características jurídicas do mercado brasileiro de audiovisual: a construção da Lei 12.485 de 2011 e seus desdobramentos**. Escola de Direito de São Paulo da Fundação Getulio Vargas. São Paulo, 2014.(Dissertação mestrado)

TORRES, Rodrigo Murtinho de Martinez. **O mercado de TV por assinatura no Brasil: crise e reestruturação diante da convergência tecnológica**. Universidade Federal Fluminense-Centro de Estudos Gerais. Niterói, Março de 2005. (Dissertação de Mestrado)

VARGAS, Milton (org.). **História da técnica e das tecnologias no Brasil**. São Paulo:Editora da Unesp; CEETEPS, 1994.

VESENTINI, José William. **A Geografia crítica no Brasil: uma interpretação depoente**. Disponível em: <http://www.geocritica.com.br/geocritica.htm>

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. São Paulo: Edições Loyola, Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2003. (Col. Comunicação Contemporânea, Vol. 2).