



Geografias do público e do privado na configuração de um marco legal para as comunicações¹

Sonia Virgínia Moreira²
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

Passadas várias décadas, governos e parlamentos, aumentaram entre 2010 e 2011 o debate e a expectativa em torno do estabelecimento de marcos legais que se traduzam em uma necessária política para as comunicações no Brasil. Concebida por governo e empresas, mas também por aqueles segmentos da sociedade envolvidos no processo, tal política deverá convencionar direitos e formas de acesso à comunicação e à informação por comunidades heterogêneas. Gestores públicos e corporativos têm se movimentado na demarcação de posições por um outro ambiente legal das comunicações, agora imperativo por razões políticas (organização e fiscalização das concessões em ambiente multimídia) e de negócios (convergência digital + banda larga em expansão).

Palavras-chave: setores público e privado; mídia; telecomunicações; regulação; Brasil

1. Introdução

Desde há muitos anos a relação no Brasil entre indústria de telecomunicações, mídia, Estado e sociedade não se apresenta tão próxima como neste momento. O que une cada uma das partes é o interesse pelo estabelecimento de uma legislação contemporânea que contemple as indústrias de mídia e de telecomunicações e, com isso, a regulamentação sobre a composição formal e acionária (sistema público / privado) e o campo de atuação (dispositivos de controle de concentração) para a indústria em geral e para as companhias em particular.

É consenso que a internet como plataforma que agrega recursos da tecnologia e armazena / dissemina conteúdos alterou o domínio da circulação da informação, de dados, de entretenimento, etc. As versões para a web de programação de rádio, TV (aberta e por assinatura), jornais e revistas, bem como os recursos de transmissão digital de voz e imagem e de tráfego de dados em banda larga via satélite ou fibra ótica, estão modificando a relação entre emissor e usuário. No Brasil tal processo ocorre em meio

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento integrante do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora e pesquisadora do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ); bolsista de produtividade em pesquisa do CNPq. Email: soniavm@terra.com.br



ao crescimento significativo de uma nova faixa de usuários de mídia, a chamada “classe C consumidora”, que surgiu nos últimos anos com o aumento da renda familiar resultante de políticas de governo direcionadas a segmentos específicos da população.

Nesse ambiente Estado, sociedade e indústria passaram a debater as políticas públicas possíveis para as comunicações no país. Essas novas políticas incluem formas de acesso à comunicação, à informação e ao entretenimento por comunidades díspares e heterogêneas. Gestores públicos e corporativos têm se movimentado na demarcação de posições para um novo alinhamento legal das comunicações que, todos sabem, é inevitável por razões políticas (necessidade de reorganização do setor e de instituição de regras de fiscalização das concessões) e de negócios (em especial a convergência de mídia com o sistema de banda larga em expansão, em escala nacional). Uma rápida linha do tempo entre janeiro de 2009 e janeiro de 2011 oferece algumas pistas sobre o encaminhamento recente de questões associadas ao tema. Pelo lado do governo,

- Em abril de 2009, decreto presidencial convoca para dezembro do mesmo ano a inédita 1ª Conferência Nacional de Comunicação – CONFECOM, em Brasília, para debater o tema central *Comunicação: meios para a construção de direitos e de cidadania na era digital*.
- Em maio de 2010, o governo federal recria a Telebrás como empresa estatal cuja meta é liderar a execução do Plano Nacional de Banda Larga. Seis meses depois anuncia que vai utilizar a rede de fibra ótica já instalada da Telebrás para colocar no ar a TV pública digital que, de acordo com o plano original, previa investimentos de R\$ 2,8 bilhões em parcerias público-privadas para construir sua própria infraestrutura de TV pública digital (*Diário Oficial*, 2010).
- Em novembro de 2010, o presidente do Senado decide reativar o Conselho de Comunicação Social com o pedido a entidades sindicais e empresas de mídia que indicassem os seus representantes. Órgão auxiliar do Congresso previsto na Constituição de 1988 e instalado em 2002, o Conselho foi gradativamente esvaziado: em 2007 teve apenas uma reunião e em 2008 seus integrantes não chegaram a ser indicados (Costa, 2010).
- Em dezembro de 2010, circula oficiosamente um projeto do governo federal para o setor de telecomunicações e de radiodifusão, denominado informalmente como “Lei Geral da Comunicação Social”, que entre outros pontos prevê a criação de uma Agência Nacional de Comunicação – ANC como órgão regulador com atribuições de outorga, renovação, permissão e autorização para emissoras de rádio e TV.



- Em janeiro 2011, iniciada nova gestão federal, manchete do jornal *O Estado de S. Paulo* anuncia que o Ministro das Comunicações admite considerar a concessão única para todas as empresas de mídia – em outras palavras, a liberação da propriedade cruzada no setor de mídia de massa.
- Em fevereiro de 2011, um projeto de lei (PLC 116/2010³) que trata da ‘comunicação audiovisual de acesso condicionado’ aguarda para ser votado no Congresso Nacional.

No que se refere às empresas de mídia e de telecomunicações, a rápida linha do tempo em período semelhante mostra os seguintes movimentos:

- Em abril de 2010, o Grupo ARCA, controlado pela família Carvalho é comprado pelo Ongoing, grupo português de mídia.
- Em julho de 2010, a espanhola Telefónica anuncia acordo com a Portugal Telecom para comprar os 50% de participação da companhia portuguesa na Brasilcel, grupo controlador da operadora de telefonia móvel Vivo. A Telefónica e a Portugal Telecom eram sócias igualitárias na Brasilcel. O negócio é estimado em 7,5 bilhões de euros.
- Em janeiro de 2011, a Portugal Telecom finaliza o acordo para entrada no Grupo Telemar, controlado pelas brasileiras AG Telecom e La Fonte, com investimento de R\$ 8,32 bilhões. Com isso passa a deter 22,38% das ações do Grupo.
- Em fevereiro de 2011, o índice da oferta de serviços publicado pelo *Atlas Brasileiro de Telecomunicações 2011* mostra que em 2010 apenas 621 municípios, do 5.565 existentes no país, possuíam mais de uma operadora de telefonia fixa.

Diante desse quadro a experiência na coleta de informações sobre sistemas de mídia e de telecomunicações no Brasil, acumulada na condução de dois projetos simultâneos de pesquisa⁴, aponta como é essencial a apuração, a organização e a apresentação de informações que possam prover legisladores, governos, sociedade e

³ A ementa do projeto “estabelece princípios fundamentais que regem a referida atividade de comunicação audiovisual de acesso condicionado; determina regras para a prática das atividades de produção, programação e empacotamento de conteúdo; obriga a veiculação de conteúdo brasileiro nos canais de espaço qualificado; altera a regulamentação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica nacional - CONDECINE para estimular a produção audiovisual; estabelece regras para o exercício da atividade de distribuição de conteúdo pelas prestadoras do serviço de acesso condicionado; assegura direitos aos assinantes do serviço de acesso condicionado; define sanções para as empresas prestadoras do serviço de acesso condicionado que não cumprirem as obrigações a elas imposta pela presente lei. (PROCESSO ESPECIAL)”. Disponível em 15/fev/2011 em http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=97352

⁴ A pesquisa “Radiodifusão pública em países da UNASUL”, em desenvolvimento no âmbito do programa de pós-graduação em Comunicação da UERJ, e a participação como autora do capítulo Brasil no projeto internacional de investigação colaborativa em rede intitulado “International Media Concentration Research Project”, desenvolvido no Columbia Institute for Tele-Information, da Universidade de Columbia em Nova York.



pesquisadores de áreas conexas com dados autênticos e atuais que qualifiquem as intervenções em curso no âmbito das políticas e da economia das comunicações no Brasil. O desafio que se apresenta para a pesquisa brasileira sobre sistemas de mídia e também sobre propriedade e concentração na indústria de mídia e de telecomunicações é o entendimento do seu desempenho estratégico. Os fluxos da política governamental e dos acordos corporativos fundamentam decisões muitas vezes adotadas em esferas restritas. Mas tais decisões, por afetar a todos indistintamente, sinalizam que é imperativo avançar para além dos estudos circunstanciais, muitas vezes datados e sem continuidade em médio e longo prazos. No círculo da academia isso significa investir em pesquisas nas quais os principais atributos sejam a imparcialidade e a independência dos investigadores na abordagem de um tema que costuma estar acompanhado de polêmicas.

2. Anotações gerais sobre o mercado e as leis

A economia política da comunicação constitui, no Brasil, o referencial teórico mais frequente a inspirar os autores com interesse nas áreas de concentração e/ou regulação de mídia e de telecomunicações. Lima (2001), Bolaño (2007), Jambeiro (1998), Brittos e Haussen (2009), Possebon (2007), Santos e Silveira (2007) e Dantas (2002) estão entre aqueles que assinam trabalhos que tratam da questão dos monopólios, da concentração midiática, do sistema público e das políticas públicas nacionais na perspectiva mais ampla da economia política da informação, da comunicação e da cultura. Mesmo assim são raros entre nós estudos de fundo (*core research*, como o proposto pela pesquisa colaborativa internacional) focados na economia das comunicações, cujo objeto sejam as forças e os constrangimentos que regulam interna e externamente a estrutura do mercado das indústrias de mídia e de telecomunicações e a evolução dos interesses e da capacidade de interação dos usuários. Da mesma forma, são insuficientes as análises que, como já identificavam Noam e Wolfson (1997), considerem a premissa de que a indústria de telecomunicações, tradicionalmente organizada de acordo com linhas de produto que antes operavam como escudo e como arma está agora “se transformando com a atuação de forças contraditórias: de um lado a tendência de expansão global das operadoras e, de outro, a fragmentação dos sistemas locais de comunicações”, gerando assim uma teia complexa de rede, produtos e mercado.



Os conglomerados de mídia e telecomunicações avançaram gradativa e regularmente na última década no Brasil. As prestadoras de serviços de telecomunicações (telefonia fixa, longa distância, celular, TV por assinatura e banda larga), por exemplo, alcançaram no final de setembro de 2010 o valor de mercado de R\$ 134,7 bilhões em ações negociadas na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuro – BM&F Bovespa.⁵ Tamanho volume de investimento foi reflexo do crescimento do mercado iniciado em 1999 com a privatização, um ano antes, das empresas regionais de telefonia fixa reunidas sob o sistema Telebrás. A linha ascendente mostra que em dez anos o Brasil saiu de 25 milhões de assinantes com telefone fixo e 15 milhões com telefone celular, em 1999, para 41.8 milhões e 191.5 milhões, respectivamente, em 2010.⁶

Na mesma década, as operadoras de telefonia contribuíam para a evolução dos serviços de banda larga, que praticamente inexisteriam em 1999, mas em 2010 somavam 12.8 milhões de assinantes. As empresas de TV por assinatura também se beneficiaram dessa conjuntura chegando a 2010 com 9,1 milhões de assinantes. O ritmo mais lento de expansão nesse período deveu-se a razões econômicas (é serviço pago), de infraestrutura (falta de cabeamento e de torres de retransmissão no caso do sistema MMDS) e a decisões políticas em parte equivocadas, pois a privatização do sistema Telebrás em 1998 incluiu a venda da Embratel, então uma empresa estatal que também operava os satélites de uso comercial BrasilSat, para a empresa americana Verizon, mais tarde comprada pela America Móvil, do magnata mexicano Carlos Slim. Tal decisão política retardou o ritmo de disseminação do sistema DTH de TV por assinatura via satélite⁷.

Praticamente simultânea ao processo de privatização da telefonia foi instituída no Brasil a Lei de Radiodifusão Comunitária (Lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998)⁸. Primeiro texto legal específico para o setor de rádio e TV em cerca de 30 anos, a Lei permitiu que entrassem no ar a partir de 2001, com outorga do Ministério das Comunicações, as centenas de emissoras locais clandestinas (popularmente, rádios

⁵ Ver “O Desempenho do Setor de Telecomunicações no Brasil – Série Temporais 3T10”. Rio de Janeiro: Telebrasil / Teleco, dezembro 2010. Disponível em 28/12/2010 em <http://www.telebrasil.org.br/saiba-mais/index.asp?m=inicio.htm>

⁶ Idem.

⁷ A transmissão via satélite é um dado importante a registrar. Hoje, “todas as informações brasileiras que trafegam pelo espaço – sejam elas militares, governamentais ou de empresas privadas nacionais – passam por satélites privados, controlados por uma única empresa, a Star One, do bilionário mexicano Carlos Slim. Na prática, o Brasil é simples locador de um retransmissor espacial que tem como função principal gerar lucros para o seu dono” (Sequeira, 2011).

⁸ Texto integral disponível em 15/Jan/2011 em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9612.htm



piratas) que operavam sem licença em quase todos os estados desde a década de 1980. Apesar das críticas quanto ao tipo de financiamento permitido e o alcance restrito das antenas, as rádios comunitárias de baixa potência registraram o maior crescimento na primeira década do século XXI, saltando de 980 canais em 2001 para 3.897 em 2009.⁹ Isso dá a dimensão do interesse dos brasileiros, independente do estrato social, por formas alternativas de mídia e é um dos elementos a considerar para entender a disseminação do uso das redes sociais na internet registrada Brasil no final desta década.

Outro dado de conjuntura a considerar é o volume de arrecadação gerado pelos impostos federais cobrados pela exploração comercial dos serviços de telecomunicações. Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações e o Tesouro Nacional, entre 2001 e o primeiro trimestre de 2010, R\$ 37.4 bilhões foram recolhidos para os fundos públicos – dos quais R\$ 26.8 bilhões do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações – FISTEL; R\$ 8 bilhões do Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações – FUST; e R\$ 2.6 bilhões do Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações – FUNTTEL.¹⁰ Mas os recursos do FUST, para citar um exemplo, criado para universalizar os serviços de telecomunicações, facilitando o acesso à telefonia da população com baixo poder aquisitivo e de moradores das áreas rurais, permanece contingenciado pelo governo federal e não teve até hoje nenhum dos seus projetos concretizados.

3. Instantâneos da indústria de telecomunicações e de sistemas de mídia

Alguns dados contextuais contribuem para uma melhor compreensão dos contextos econômico, cultural e de mídia do Brasil nos últimos 50 anos, a começar pelos números demográficos. De país predominantemente rural em 1960 – cerca de 55% da população dos 71 milhões de habitantes – o Brasil evoluiu para uma nação marcadamente urbana em 2010 – cerca de 84% da população de 191 milhões de habitantes (IBGE, 2005; 2011). A expansão urbana foi motivada em grande parte por processos migratórios internos, em especial de moradores da região Nordeste afetados por longos períodos de seca e pela ausência de investimentos em infra-estrutura para a região Sudeste, a maioria em direção às capitais São Paulo e Rio de Janeiro.

⁹ Ver “O Desempenho do Setor de Telecomunicações no Brasil – Série Temporais 3T10”, op., cit.

¹⁰ Idem.



A indústria de mídia de massa de alcance nacional, e também a de abrangência regional, tem sido tradicionalmente controlada por grupos nacionais. A maioria deles é administrada por famílias que ao longo de décadas têm dominado a produção de impressos, à qual foram sendo agregadas emissoras de rádio e de televisão aberta, agências de notícias e editoras de livros. Nos últimos 15 anos, os negócios dos maiores grupos se expandiram para agregar sistemas de distribuição de conteúdo (impresso e audiovisual), portais de notícias on-line, provedores de Internet, gráficas próprias etc. A Folhpar (origem na família Frias), a Globopar (origem na família Marinho), o Grupo Abril (origem na família Civita) e o Grupo Estado (origem na família Mesquita), são exemplos da transformação processada na produção de informação em escala industrial.

No caso das telecomunicações, a principal mudança ocorre depois de 1998, ano em que é aprovada a nova Lei Geral das Telecomunicações. A Lei regulamenta a quebra do monopólio estatal do setor: privatiza a Embratel, até então empresa estatal gestora das transmissões via satélite; cria a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel); e divide o Sistema Telebrás em 12 holdings de telefonia fixa e móvel. Dessas, a maior constituída naquele momento foi a empresa Tele Norte Leste Participações S.A., que passou a administrar 16 operadoras estaduais de telefonia fixa com cobertura de 64% do território brasileiro. Criada como Consórcio Telemar, mais tarde Telemar Participações, tem na sua origem grupos nacionais que reorganizam os seus investimentos para, ao diversificar suas operações, se dedicar à exploração do novo segmento. É o caso da construtora Andrade Gutierrez (que cria a AG Telecom Participações S.A.); da fabricante de equipamentos e componentes eletrônicos Inepar S.A. (que em 1999 cria a divisão de negócios Inepar S.A. Indústria e Construções e passa a operar em *joint venture* com a Lucent Technologies Inc.); e da La Fonte, empresa das áreas têxtil e de metalurgia (que cria a La Fonte Telecom S.A.). O governo federal também entraria na composição acionária da Telemar Participações por meio da Companhia de Seguros Aliança do Brasil, criada em 1997 como integrante do conglomerado estatal Banco do Brasil; e do BNDESPAR, ramo de investimentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. O controle da maioria das empresas de telefonia móvel e parte da telefonia fixa também muda para as mãos de grupos estrangeiros, principalmente europeus e norte-americanos. E assim entram gradativamente no mercado brasileiro empresas como TIM (Itália); Telefónica (Espanha); Telmex e América Móvil (México); Bell South, Sprint e NII Holdings, Inc.



(Estados Unidos); Portugal Telecom; France Telecom e, mais recentemente, Vivandi (França).

Um segmento da indústria a registrar grande movimentação em termos de fusões e aquisições na última década é o de editoras de livros, iniciado em 1999 com o investimento do ramo editorial da Vivandi na Editora Abril, do Grupo Abril. A alteração mais significativa nesse segmento ocorre com o pesado investimento de grupos espanhóis, em especial o Prisa, que entre 2001 e 2005 adquire duas editoras brasileiras de livros didáticos e em 2008 assume a liderança do mercado editorial de livros.

Em relação à TV aberta, o movimento mais significativo ocorre no âmbito das empresas federais, com a inauguração em 2007 da Empresa Brasil de Comunicação – EBC, oficialmente criada para “suprir uma lacuna no sistema de radiodifusão e com o objetivo de implantar e gerir os canais públicos, aqueles que, por sua independência editorial, distinguem-se dos canais estatais ou governamentais” (EBC, 2008). A Empresa foi formada com a incorporação de dois canais estatais de televisão: da TVE Brasil, até então sob a administração da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto – ACERP, e da RADIOBRAS, empresa que desde a sua criação em 1975 passou por três vinculações estatais: Ministério das Comunicações, Ministério da Justiça e a Presidência da República.

Sobre a indústria do rádio é importante destacar o caráter político das concessões AM e, principalmente, FM. No ramo da mídia comercial existe um considerável desequilíbrio em termos de propriedade: estima-se que cerca de 40% dessas concessões sejam controladas por políticos (deputados, senadores, governadores e alguns prefeitos) no exercício do mandato ou não. Percentual representativo das concessões de rádio também é controlado por grupos religiosos, dentre os quais os mais comuns são aqueles ligados a igrejas neopentecostais¹¹. Nos últimos anos esse desequilíbrio estendeu-se inclusive para o conjunto das emissoras comunitárias (o segmento que mais cresce na área de radiodifusão desde a sua regulamentação em lei no final dos anos 90) e também para um novo expediente descoberto por grupos políticos para encobrir suas participações em meios de comunicação: as licenças para operar canais educativos de

¹¹ A corrente do neopentecostalismo “representa a terceira fase da implantação das igrejas pentecostais no Brasil e é caracterizado por um forte discurso populista e centrado na Teologia da Prosperidade. Essas igrejas passaram a ter uma grande visibilidade no final da década de 1980, quando a Igreja Universal do Reino de Deus adquiriu a Rede Record de Televisão e iniciou uma corrida pela audiência religiosa” (Dantas, 2008).



rádio. Fenômeno semelhante acontece em relação à TV aberta, mas com menor intensidade devido ao maior custo em manter canais de televisão.

4. Comentários finais

O acesso à internet facilitou (em muitos casos franqueou) buscas e consultas em arquivos públicos de balanços de empresas, relatórios setoriais, anuários, anteprojetos e projetos de lei, notícias de publicações *on-line* com acesso aberto. Mas revelou também que informação de interesse geral – como composição acionária e faixa de controle e/ou participação no mercado das empresas de mídia e de telecomunicações, por exemplo – é muitas vezes constrangida por interesses estratégico-financeiros. Encaixam-se neste caso os relatórios pormenorizados e documentos quantitativos / qualitativos com números agregados por setor produzidos pelas empresas de consultoria que cobram por esse material.

A consulta a fontes primárias (documentos oficiais, textos legais, relatórios técnicos, balanços anuais e documentos internos) e o material produzido pelas próprias organizações, por instituições jurídico-administrativas (como o Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE) ou financeiras (como a Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuro – BM&F Bovespa) e também por agências governamentais (como a Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações) constituíram referências oficiais raras e importantes para os dois trabalhos de pesquisa, ainda que algumas vezes parciais ou indicativas. Registros de audiência divulgados por institutos independentes, como o Grupo de Mídia São Paulo e o Projeto Inter-Meios, que trabalham com dados agregados sobre o volume de investimento em mídia no Brasil também estiveram na base da coleta de dados.

A experiência na apuração sobre faturamento, composição e fusões envolvendo as indústrias de mídia e de telecomunicações que operam no Brasil, aliada ao intercâmbio de elementos metodológicos e de conteúdo entre os participantes do projeto *International Media Concentration Research Project*, mostra que ainda carecemos de organização sistemática de informações que possam prover legisladores, governos, sociedade e outros pesquisadores com análises precisas sobre as condições reais de sistemas e corporações. Da mesma forma, a pesquisa sobre radiodifusão pública nos países da UNASUL indica como é urgente a criação e manutenção de bancos com informações de qualidade e pertinentes às políticas públicas existentes (ou em



elaboração) para esse setor de mídia. Entende-se que a ordenação de informações, acompanhada por análises e estudos comparados, seja uma forma de contribuir para a compreensão das mediações hoje em curso nos campos das políticas e do mercado para as comunicações no Brasil. Nesse sentido, os estudos relativos à economia de mídia e à constituição de sistemas públicos de mídia são fontes importantes para estudos que considerem o contexto público e/ou privado das indústrias de mídia e de telecomunicações.

Referências bibliográficas

ATLAS Brasileiro de Telecomunicações (2011). São Paulo: Converge Comunicações.

BOLAÑO, C. R. S. (2007) *Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?*. São Paulo: Editora Paulus.

BOLSA de Valores – BM&F Bovespa (2011). Disponível em 11/Jan/2011 em <http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/mercados/acoes.aspx?idioma=pt-br>

[O] Brasil em Alta Velocidade – um Plano Nacional para Banda Larga (2009). Brasília: Ministério das Comunicações.

BRITTOS, V. C. e HAUSSEN, D. F. (org.) (2009). *Economia política, comunicação e cultura*. Porto Alegre: EdIPUCRS.

CONSELHO Administrativo de Defesa Econômica – CADE (2011). Disponível em 7/Jan/2011 em <http://www.cade.gov.br/>

CADERNO – 1ª Conferência Nacional de Comunicação (2010). Brasília: Ministério das Comunicações / Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, junho 2010.

COMISSÃO de Valores Mobiliários – CVM (2010). Disponível em 21/Dez/2010 em <http://www.cvm.gov.br/page.asp>

CONCENTRAÇÃO da Mídia, debates no Conselho de Comunicação Social (2004). Brasília: Congresso Nacional.

COSTA, R. (2010). Conselho de Comunicação vai ser revigorado. *O Estado de S. Paulo*, 03/11/2010. Disponível em 28/12/2010 em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=615IPB004>

CRUZ, R. (2011). Quase 90% das cidades brasileiras não têm competição na telefonia fixa. *O Estado de S. Paulo*, 10/Fev/2011, p. B12.



- DAMASCO, C.; RABELLO J. B.; GANDOUR, R. (2011). Governo vai propor concessão única para todas as mídias. *O Estado de S. Paulo*, 27/jan/2011, 1ª p. e p.A4.
- DANTAS, J. G. (2008). O comportamento dos telespectadores diante da programação televisiva neopentecostal. *Protestantismo em Revista*, v.16, ano 7, nº 2, mai-ago, p. 7-24.
- DANTAS, M. (2002). *A lógica do capital informação – a fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais*. (2nd ed.). Rio de Janeiro: Contraponto.
- DECRETO. Conferência Nacional de Comunicação (2009). *Diário Oficial da União*, Seção 1, p. 2, nº 73, 17 de abril. Reprodução disponível em 29/12/2010 em <http://proconferencia.org.br/a-conferencia/decreto/>
- [O] DESEMPENHO do Setor de Telecomunicações no Brasil (2010). Rio de Janeiro: Telebrasil / Teleco. Disponível em 28/Dez/2010 em <http://www.telebrasil.org.br/saiba-mais/index.asp?m=inicio.htm>
- FILME B - Portal sobre o mercado de cinema no Brasil (2011). Disponível em 9/Jan/2011 em <http://www.filmeb.com.br/portal/html/portal.php>
- IBGE (2011). *Sinopse do Censo Demográfico 2010*. População nos Censos Demográficos. Disponível em 25/05/2011 em http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/sinopse_tab_brasil_pdf.shtm
- IBGE (2005). *Brasil em Síntese*. Disponível em 27/05/2011 em www.ibge.gov.br/brasil_em_sintese/
- JAMBEIRO, O. et al (1998). O nacionalismo no MERCOSUL. Uma análise da regulamentação da TV na Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. XXI International Congress of the Latin American Studies Association – LASA1998, September 24-26, Chicago, IL
- LAUDRATTI, L. (2010) Convergência tecnológica. *Conjuntura Econômica* vol. 64, nº 9, p. 18-26.
- LEE, P.; Stewart, D. (2011). *Technology, Media & Telecommunications Prediction* London: Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Disponível em 10/06/2011, em http://www.deloitte.com/view/en_GX/global/industries/technology-media-telecommunications/tmt-predictions-2011/index.htm
- LEI de Radiodifusão Comunitária (1999). Texto integral disponível em 15/Jan/2011 em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9612.htm
- LIMA, V. A. de (2001). *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- MÍDIA Dados Brasil (2010). São Paulo: Grupo de Mídia SP. Disponível em 12/Jan/2011 em <http://www.gm.org.br/page/midia-dados>



- MONTE, F. (2009). Vivendi supera Telefônica e compra GVT. *Computerworld*,. Disponível em 13/Nov/2010 <http://computerworld.uol.com.br/telecom/2009/11/13/vivendi-surpreende-mercado-e-compra-gvt/>
- MOREIRA, S. V. (2010). Para além dos clichês: o Brasil e o contexto internacional da radiodifusão digital. In: Magnoni, A. F. e Carvalho, J. M. de. *O novo rádio, cenários da radiodifusão na era digital*. São Paulo: Editora SENAC SP, p. 177-201.
- _____. (2010) O Brasil no International Media Concentration Project. IV Colóquio Brasil - Estados Unidos de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, 2-3 setembro. Disponível em www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3052-2.pdf
- MOREIRA, S. V. e FORTI, L. (2011). Marcos regulatórios e mídia pública em países da UNASUL – análise comparada Argentina, Brasil e Colômbia. IX Congresso LUSOCOM. São Paulo, 4-6 agosto.
- NOAM, E. M.; WOLFSON, A. J. (ed.) (1997). The end of Territoriality in Communications. In: *Globalism and Localism in Telecommunications*. New York: Elsevier.
- POSSEBON, S. (2007). O mercado de comunicações – um retrato até 2006. In: RAMOS, M.; SANTOS, S. (org.). *Políticas de comunicação, buscas teóricas e práticas*. São Paulo: Paulus, p. 277-304.
- PROJETO Inter-Meios (2011). Relatórios de Investimentos. Disponível em 28/fev/2011 em <http://www.projetointermeios.com.br/relatorios-de-investimento>
- SANTOS, S.; SILVEIRA, E. (2007). Serviço público e interesse público nas comunicações. In: RAMOS, M.; SANTOS, S. (org.). *Políticas de comunicação, buscas teóricas e práticas*. São Paulo: Paulus, p. 49-82.
- SEQUEIRA, C. (2011). Brasil devassado. *Istoé* nº 2166, 13/05/2011. Disponível em: http://www.istoec.com.br/reportagens/137133_BRASIL+DEVASSADO?pathImagens=&path=&actualArea=internalPage
- WALLSTEN, S. (2008). Understanding International Broadband Comparisons. Washington, D.C.: Technology Policy Institute. Disponível em 18/01/2011 em <http://cbpp.georgetown.edu/in-fous/telecommunications-policy/>