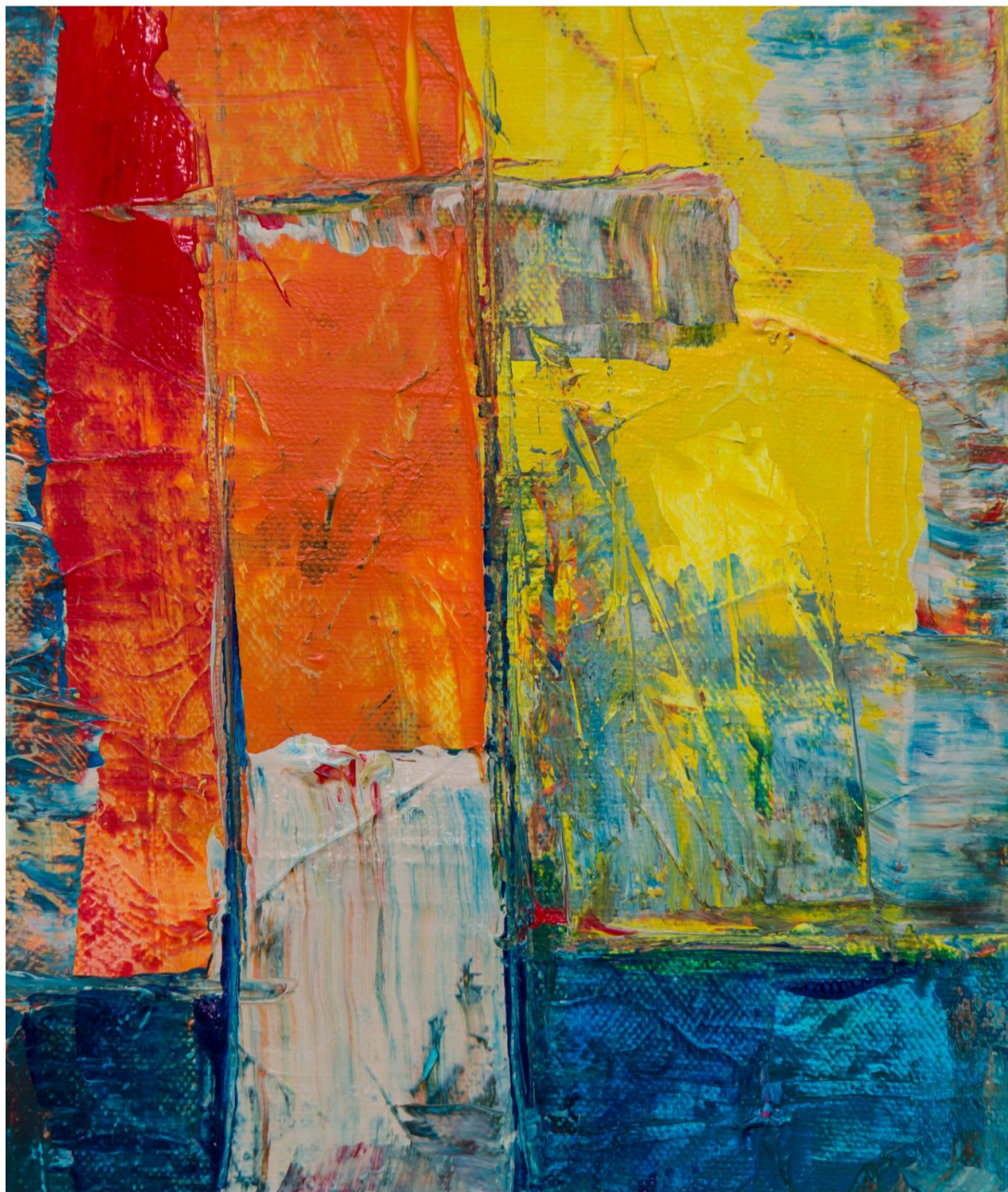


REVISTA INVECOM



VOLUMEN 3 NÚMERO 1

2023

ISSN 2739-0063

A comunicação pública na regulação das plataformas digitais

Public communication in the regulation of digital platforms

Glauciene Lara¹



<https://orcid.org/0000-0002-2339-9777>

Universidade de Brasília

glauciene_lara@yahoo.com.br

Érico da Silveira²



<https://orcid.org/0000-0002-2339-9777>

Universidade de Brasília

ericodasilveira@gmail.com

Resumo: A Comunicação Pública sempre contou com regulação para garantir sua existência. Que solução de *must carry* pode-se adotar para canais públicos em plataformas de VOD? Propõe-se revisão bibliográfica e análise de projetos legislativos.

Palavras-chave: vídeo *on-demand* (VOD), comunicação pública, *must-carry*

Recibido: 05-11-21. Aceptado: 17-02-22

Abstract: Public Communication has counted on regulatory protection to ensure its own existence. What must-carry solutions can be adopted to public channels on VOD platforms? Research bases on literature review and analysis of bill proposals.

Key words: on demand video, public communication system, must carry

¹ Glauciene Lara é mestre em Comunicação Social pela Universidade de Brasília, Coordenadora-geral da TV Senado (Senado Federal), Brasil, glauciene_lara@yahoo.com.br

² Érico da Silveira é mestre em Comunicação Social pela Universidade de Brasília, Diretor da TV Senado (Senado Federal), Presidente do Conselho da Fundação Roquete Pinto, Brasil, ericodasilveira@gmail.com

Introdução

O Brasil possui 78 plataformas OTT³ audiovisuais (BB Business Bureau 2018). O consumo de vídeo por *streaming* já chega a 17 horas semanais, enquanto o de TV é de 20 horas. Os números ultrapassam os Estados Unidos – 15 contra 23 – e ficam atrás apenas da China, onde o *streaming* já ultrapassou o broadcast: 17 horas contra 15, segundo a pesquisa Digital Media 2018 (in Schulz, Levy & Nielsen, 2019). O vídeo *on-demand* (VOD)⁴ vai provocar o fim do *broadcasting*? Novos *players* como *Netflix* e *Amazon* vão substituir *broadcasters* tradicionais? Como será a transição dos canais públicos para o *streaming* e VOD, em especial em contextos como o brasileiro, onde a assimetria entre os setores público e privado é histórica (Becerra & Mastrini, 2009)?

Para tentar responder a essas perguntas ou pelo menos mapear tendências, propõe-se revisão bibliográfica que identifique a questão da migração tecnológica da comunicação, com atenção específica na esfera normativa e regulatória. Propõe-se também a análise dos projetos de lei que tramitam no Congresso brasileiro, para identificar os efeitos dessas propostas no desenho futuro do sistema público de comunicação.

A revisão bibliográfica delimita os valores originais que fundamentam a necessidade da comunicação pública e reforça-os como necessários ao contexto digital. Conclui-se, ainda, que os projetos de lei estão orientados à regulação do setor privado e não contemplam o setor público, embora haja algumas emendas propostas capazes de incentivar a distribuição e o destaque da comunicação pública em meio digital. Contudo, não se materializa ainda solução para a migração dos princípios que sustentam o *must carry* atual para o cenário *IP-based*.

A nova Televisão

³ Over-the-top é o conteúdo, serviço ou aplicativo disponível on-line para o usuário. O termo é usado como sinônimo de serviço de vídeo sob demanda oferecido pela internet.

⁴ “O Conselho Superior de Cinema (CSC), define VoD como ‘serviço que potencializa a circulação dos conteúdos e o consumo audiovisual dos usuários de tecnologias móveis, TVs e computadores pessoais’ (2015). Desta forma, o VoD permite ao usuário acessar – e fruir no momento que desejar – conteúdos audiovisuais à sua escolha, baseado em um menu ou catálogo” (Lemos, Néia & Santos, 2019, p.134)

Nazareno (2020) não acredita no fim da televisão, mas no fim da TV como a conhecemos:

a diminuição da atratividade da tv tradicional não nos autoriza a dizer que as pessoas não assistam mais a conteúdos audiovisuais. Na verdade, surgiram numerosos serviços que distribuem filmes, séries e vídeos de maneira geral que se utilizam da internet e dos serviços de telecomunicações como plataforma para sua difusão. Esses serviços de televisão distribuídos com a ajuda da internet possuem diversos nomes, como iptv (Internet Protocol tv), vod (Video On Demand) ou simplesmente streaming. (Nazareno, 2020, p.30)

Os consumidores esperam cada vez mais que o conteúdo relevante seja acessado a qualquer momento, em qualquer lugar e no formato que melhor atenda às suas necessidades (Boehm, Esser, Lee & Raab, 2018), independente da grade horária.

Serviços de *streaming* não são mais meras plataformas de distribuição. Eles produzem conteúdo, assim como *broadcasters* não são apenas produtores, mas, por pressões de mercado, agora desenvolvem plataformas on-line de distribuição. Em paralelo, e permitindo que esse movimento aconteça, está a desregulação de mercados e a flexibilização da propriedade cruzada, cenário que os coloca em concorrência direta, mas que também intensifica fusões e aquisições como a da *AT&T* e *Time Warner*. Trata-se de um ambiente não apenas de convergência de mídias, mas de associação entre os setores de telecomunicações, do audiovisual, da radiodifusão ao qual soma-se também o setor da tecnologia da informação - TI, o que permite que o conteúdo circule por múltiplas plataformas, janelas e modalidades, com reflexos na comercialização, no consumo e até na linguagem audiovisual (Lemos, Néia & Santos, 2019). O futuro dos serviços de TV e vídeo está em metamorfose.

Boehm, Esser, Lee e Raab (2018) anteveem quatro cenários. O primeiro é o que ele chama de “supermercado universal”: como grandes supermercados, alguns *players* oferecem ampla gama de conteúdo global e nacional em plataformas digitais, se diferenciando apenas por algumas produções exclusivas e direitos esportivos. No cenário “fim do jogo para o conteúdo”, os vencedores do mercado são os produtores de conteúdo globais, que produzem e distribuem

diretamente, por meio de aplicativos próprios. A “revanche dos broadcasters” é o cenário em que os canais nacionais conseguem fazer a transformação digital e criar suas próprias plataformas, geralmente com a ajuda de medidas regulatórias e cotas de conteúdo. No quarto e último cenário, “perdido na diversidade”, o mercado de vídeo transforma-se num ecossistema diverso, sem *players* dominantes, com inúmeras plataformas de distribuição, riqueza de conteúdo, com parcerias entre empresas globais e locais. Ainda não se pode dizer qual desses cenários vai prevalecer, pois há a emergência de regras regulatórias distintas e mudança estrutural do setor.

Bolaño analisa o novo cenário aos olhos da perspectiva crítica, a qual aponta para um cenário de desregulação e internacionalização da cultura e do capital:

essa retumbante vitória da lógica mercantil (não liberal, mas neoliberal) preserva e dá ares de democrata ao grande capital, especialmente aquele que comanda o oligopólio global das internet pure players, as quais controlam o novo jogo da cultura digital. Nessas condições, os oligopólios nacionais da velha indústria cultural passam a ser contestados por uma mudança estrutural de grandes proporções, impulsionada pela convergência telemática. Cada indústria cultural particular e cada capital individual nela atuante deverão estabelecer estratégias para adaptar-se a um ambiente de negócios renovado, que redundará inevitavelmente em aprofundamento da internacionalização da cultura e numa centralização do capital em nível internacional, mascarada, não obstante, pelo avanço da concorrência em cada mercado, por causa da derrubada de velhas barreiras à entrada, decorrência da mudança tecnológica (Bolaño, 2016, p.9).

Seja qual for a abordagem, reconhece-se que a digitalização permite novos formatos de anúncio e de oferta de conteúdo, moldados pela inteligência de dados, que estuda hábitos de consumo das audiências para que os algoritmos estabeleçam preferências e categorizem os usuários (Lemos, Néia & Santos, 2019).

A comunicação pública nesta perspectiva

Mendel e Salomon (2011) enxergam a comunicação pública como índice de amadurecimento democrático, uma vez que é ou deveria ser pautada por critérios como pluralidade e diversidade, em detrimento de interesses privados ou fins lucrativos. Gardner complementa essa visão:

As emissoras públicas foram projetadas para elevar as sociedades, para ajudá-las a serem mais inteligentes, bem-informadas, pluralistas e bem-sucedidas. Durante décadas, elas fizeram exatamente isso. Seu impacto diminuiu por causa de mudanças tecnológicas e de políticas públicas: cortamos seu financiamento, desregulamentamos seu setor e não realizamos o tipo de intervenção política no mundo digital que vínhamos realizando há décadas no rádio e na TV convencionais. Hoje, nossas sociedades são fraturadas e frágeis, e precisamos curar a brecha entre as pessoas e as instituições que pretendem servi-las. Isso exige um reinvestimento em instituições públicas, incluindo emissoras públicas (Gardner, 2017, p.12, tradução nossa).

No atual cenário de propagação de *fake news*, estudo feito pelo *Instituto Reuters* identificou que, em cinco de oito países pesquisados, as notícias dos sistemas públicos de Comunicação têm mais credibilidade do que dos privados, o que reforça a defesa da comunicação pública. Finlândia, Inglaterra, Alemanha, França, Itália, Espanha, Grécia e República Tcheca, foco do estudo, representam modelos diferentes de serviços públicos de comunicação, financiamento e governança (Schulz et al, 2019).

Os sistemas públicos de comunicação brasileiros, entendidos aqui de forma ampliada, o que inclui veículos estatais dos três poderes, são majoritariamente financiados por meio de impostos, (Intervozes, 2009). Porém, muitos sequer possuem orçamento próprio, o que torna desigual a competição com o sistema privado (Becerra & Mastrini, 2009).

Em 1995, por pressão da sociedade civil no Congresso, o setor público brasileiro ganhou um instrumento para minimizar essa desigualdade: o *must carry* ou carregamento obrigatório na Lei do Cabo, mantido em sua atualização, na Lei nº 12.485/11. Ela assegura, no artigo 32, a distribuição de dez canais públicos e estatais nos serviços de acesso condicionado (SeAC), quais sejam: um canal para a Câmara dos Deputados, um para o Senado Federal, um para o Supremo

Tribunal Federal, um para o Poder Executivo, um canal público mantido pelo Executivo, um canal educativo e cultural mantido pelo Executivo, um canal comunitário, um canal de cidadania, um canal para o legislativo estadual/municipal, um canal universitário.

No contexto de transformação tecnológica, autoridades da própria Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) já declararam que a lei do SeAC morreu (Bertran, 2019; Lobo & Mariano, 2018). Num novo cenário regulatório, como será a transição dos canais públicos para o *streaming* e VOD? Schulz et al (2019, tradução nossa) alertam que, “se a performance on-line desses serviços não melhorar, os sistemas públicos de comunicação correm o risco de declínio contínuo e, em última análise, irrelevância para a maior parte do público”.

Segundo Oliveira (2018), uma das características mais marcantes no mercado de VOD é que o sucesso de uma produção só envolve grandes cifras e imensa estrutura. A Netflix, por exemplo, anunciou em 2018 o gasto de oito bilhões de dólares na produção de conteúdo original. Contudo, essa não é a realidade da comunicação pública, tanto pelas altas cifras, quanto pela missão editorial pública que lhe é dada. Se os princípios que levaram à criação da TV Pública e justificaram o *must carry* na legislação ainda são válidos, torna-se essencial responder à pergunta: que mecanismos regulatórios podem substituir o *must carry* atual para os canais públicos no novo cenário, já que não têm nem o objetivo, nem condições de competir com os canais privados?

Parâmetros para uma nova regulação

A co-existência de dois grupos distintos de *players*, um regulado, que deriva dos setores de televisão aberta e por assinatura, e outro desregulado, que já nasceu como serviço OTT desencadeia uma disputa econômica que pressiona por reforma regulatória. Há dois caminhos possíveis: um deles é a desregulação do setor já regulado e o segundo, a construção de um marco legal capaz de incluir todos os *players*. A opção de desregulação, que dá lugar a um cenário exclusivo de autorregulação, é descartada por organismos internacionais como a União Europeia - que reformulou sua Diretiva para incluir os serviços de VOD, e a Unesco, com argumentos fundamentados na Convenção Interamericana de Direitos Humanos:

Desde a primeira metade do século XX, consolidou-se na maioria das democracias avançadas a perspectiva de que a regulação do setor de comunicações é fundamental como garantia da democracia. Isso, devido à centralidade que uma esfera pública plural e diversa tem para o seu bom funcionamento. A qualidade da democracia e de um debate cívico vigoroso dependem em grande parte da variedade de informações e visões que competem no espaço público e que estão disponíveis para o cidadão. (...) A tendência à concentração e ameaças a liberdade de expressão na web mostra que diversidade e pluralismo – e até mesmo a noção de uma Internet aberta e gratuita - eles precisam de garantias regulatórias para que possam ser mantidos como valores e paradigmas da comunicação digital moderna [tradução nossa]. (Observacom, 2017, p.3)

O Observatório Latino-americano de Regulação, Meios e Convergência (Observacom), que elaborou estudos encomendados pela Unesco sobre diretrizes regulatórias para o OTT (2017) e para o OTT audiovisual (2019) valoriza as boas práticas de autorregulação, contudo, reconhece serem insuficientes para garantir a liberdade de expressão e a democracia.

Também sustenta que os princípios regulatórios existentes no modelo de negócios anterior devem ser mantidos, acima da tecnologia, contemplando a natureza do serviço e os direitos a proteger, pois eliminar esses princípios “seria um grave retrocesso em uma sociedade democrática e na conquista de direitos humanos fundamentais, assim como a renúncia à obrigação dos Estados de proteger esses direitos [tradução nossa]”(Observacom, 2017, p.15). Mesma ressalva faz a Diretiva de Serviços de Comunicação Audiovisual da União Européia: “pode ser que o modo que vemos televisão tenha mudado, mas nossos valores não se modificaram” (*apud* Observacom, 2019, p.14).

Para a regulação de serviços audiovisuais na Internet, o estudo do Observacom estabelece como pilares: criar uma regulação específica para OTTs audiovisuais, adotando o critério de regular o serviço em vez de a tecnologia; simplificar o processo de autorização; estabelecer tributação isonômica, mas que não asfixie micro e pequenas empresas; incentivar conteúdo local e regional; garantir direito à privacidade, à proteção de dados pessoais, de crianças e adolescentes, e de acessibilidade; aprovar legislação por órgão legislativo democrático, com prévia consulta

pública, como forma de segurança jurídica aos prestadores de serviço; e assegurar a neutralidade de rede, “com o objetivo de garantir a liberdade de acesso e escolha dos usuários de usar, enviar, receber ou oferecer qualquer conteúdo, aplicativo ou serviço legal por meio da Internet, sem que ela esteja condicionada, direcionada ou restringida por meio de bloqueio, filtro ou interferência” (Observacom, 2017, p.7).

Segundo Garcia e Silva et al (2018), a neutralidade de rede pode ser caracterizada por três princípios constitutivos:

não bloquear ou reduzir a velocidade de acesso de usuários a determinados conteúdos e aplicações; na vedação de cobrança de tarifas diferenciadas para acesso a determinados conteúdos ou aplicações; e na obrigação de se manter práticas transparentes e razoáveis de gerenciamento de tráfego (Garcia e Silva et al, 2018, p.94)

Contudo, apesar de a neutralidade de rede ser um dos pilares de um marco regulatório para serviço OTT, admite-se a criação de mecanismos de favorecimento de conteúdo nacional e de adoção de regras distintas em nome do interesse público. Isso porque a desigualdade persiste na Internet, como expõe Bolaño:

a defesa da liberdade e da igualdade supostamente presentes na internet, por exemplo, a paradigmática rede das redes, tal como ela se configura hoje e crescentemente desde sua origem, constitui procedimento ideológico de mascaramento das relações sociais essencialmente contraditórias que nela se expressam (Bolaño, 2016, p.3)

O Observacom também reconhece a concentração, reforçada pelas próprias características da “economia da rede”:

escala global do negócio, capacidade de obter capitais para os investimentos necessários, fusão ou compra de outras empresas competidoras ou complementares, entre outras razões. A disputa pelo espectro radioelétrico, a Internet das Coisas (IoT) e, em especial, a capacidade de monetizar o big data parecem indicar processos de aprofundamento da concentração atual (Observacom, 2017, p.14)

Esse cenário impõe um desafio aos reguladores sobre como criar regras capazes de uniformizar as condições para todos os *players* e, ao mesmo tempo, reduzir as desigualdades, em especial entre dos sistemas público e privado de comunicação.

O debate no Congresso brasileiro

Foram encontrados nove projetos de lei em tramitação, que foram aglutinados em torno de quatro aspectos do debate da regulação do vídeo *on-demand*:

- 1) Manter ou abolir restrições à propriedade cruzada: substitutivo de autoria da Dep. Benedita da Silva ao PL 8.889/2017, relatora da proposta; PL 3832/2019, de autoria do Sen. Vanderlan Cardoso; PL 4389/2019, de autoria do Dep. João Maia;
- 2) Distribuição direta de canais pagos pela internet, com a polêmica se o serviço deve se submeter à Lei 12.485, a qual se submetem demais *players* de mercado, como as distribuidoras de TV por assinatura, ou se deve ser compreendido como um serviço de valor agregado (SVA), com regras distintas do SeAC: PL 4292/2019, de autoria do Dep. Paulo Teixeira; PL 4389/2019, de autoria do Dep. João Maia; emenda 6 (e outras de mesmo teor) ao PL 3832/2019, acatada pelo relator, Sen. Arolde de Oliveira; PL 4330/2019, de autoria do Sen. Ciro Nogueira;
- 3) Regulação do VOD propriamente dita, contendo alguns dos pilares elencados pela Unesco (2019): PL 8.889/2017, de autoria do Dep. Paulo Teixeira; substitutivo ao PL 8.889/2017; PLS 57/2018, de autoria do Sen. Humberto Costa; e PL 2629/2020, de autoria do Sen. Roberto Rocha – regulamenta um aspecto pontual dos direitos do consumidor;
- 4) *Must carry* para a TV aberta e para os canais públicos: PL 5645/2019, de autoria do Dep. Celso Russomano; e emenda 10, de autoria do Sen. Eduardo Gomes, ao PL 3832/2019, ainda não analisada pelo relator.

Os projetos de regulação do VOD excluem os canais públicos da regulação, portanto, nosso foco de análise será o item 4, por apresentar proposta para atualização do *must carry*. Das nove propostas analisadas, apenas uma se dedica à comunicação pública, o PL 5645/2019, de autoria do Dep. Celso Russomano, que trata exclusivamente desse tema. A proposta de Russomano é semelhante à emenda 10, do Sen. Eduardo Gomes, ao propor *zero rating* para os canais descritos no artigo 32 da Lei do SeAC, que são os da TV aberta e os canais públicos: “O acesso aos canais previstos neste artigo será ofertado pelos provedores de conexão à internet aos usuários, sem custos ou descontos de tráfego no pacote de dados dos serviços de banda larga fixa e móvel”(PL 5645, 2019, p.1).

O sen. Eduardo Gomes, na justificativa da emenda 10, defende a necessidade de transpor o *must carry* da comunicação pública para a nova realidade *IP-based*:

Hoje, a decadência do serviço é considerada irreversível, sendo apenas uma questão de tempo para sua completa substituição por aplicações de vídeo pela internet. Recentemente, essa transição ganhou novo impulso, com a migração de canais historicamente distribuídos por meio de serviços de TV por assinatura para a internet. Em breve, com as redes móveis de quinta geração (5G), não haverá mais obstáculos técnicos para distribuição de conteúdo audiovisual pela internet em larga escala, e a existência de um serviço de telecomunicações específico de TV por assinatura, como o SeAC, será economicamente injustificável.”(Emenda 10 ao PL 3832, 2019, p.4)

Russomano, porém, assim como Gomes, também estende o benefício à TV aberta, pois, segundo ele, é a principal fonte de informação da população mais pobre.

Segundo Garcia e Silva *et al* (2018), o *zero rating* significa:

aplicação de gratuidade do tráfego de dados associado a uma aplicação, um serviço ou a um conjunto de aplicações (...) pressupõe que não são contabilizados os fluxos de bytes nas franquias contratadas pelos usuários para o acesso à rede mundial de computadores. Em uma realidade de crescimento exponencial da demanda por dados, a disponibilidade

de ofertas zero rating é atrativa para os usuários dos serviços de telecomunicações que atribuem valor à possibilidade de acessar determinado conteúdo ou aplicação por meio de uma conexão sem tarifação (p.94-95).

Assim como na lei 12.485/11, as distribuidoras de TV por assinatura são obrigadas a carregar os canais públicos, o *zero rating* seria a transposição do princípio de *must carry* para o cenário OTT.

Garcia e Silva & Marques (2019) entendem que o “*zero-rating* restringe o potencial da Internet de se tornar um espaço de livre participação democrática” e que seus reais interesses estão ligados ao aumento da receita resultante da ampliação da base de clientes. No caso do *zero rating* para a comunicação pública no contexto brasileiro, porém, é exatamente o contrário: é o mecanismo que garante que o debate democrático tenha espaço, com o propósito de formar cidadãos em vez de ampliar a base de clientes com fins comerciais.

Conclusão

A análise dos esforços de regulação do VOD mostra que se trata de uma matéria cheia de desafios e de muitos interesses econômicos envolvidos – operadoras de telecomunicações, produtores de conteúdo nacionais, distribuidores de TV por assinatura, TV aberta, comunicação pública e privada, ou mesmo atores que se misturam em barreiras de propriedade cruzada cada vez mais diluídas. Pouco, porém, se fala do *must carry* da comunicação pública e do futuro desse sistema no novo cenário de convergência, ao contrário da frente que se formou em defesa da comunicação pública no debate da Lei do Cabo, em 1995. Na atualidade, há poucas e desarticuladas propostas em debate que contemplam a comunicação pública, sendo que apenas o *zero rating* foi objeto de projeto de lei e de emenda no Parlamento.

Na regulação das OTTs audiovisuais, neutralidade de rede é um pilar importante, como destaca a Unesco e a legislação do Marco Civil da Internet. Contudo, há que se tomar cuidado para que esse princípio não sirva de escudo para justificar o abandono de princípios regulatórios já conquistados e a completa desregulação do setor.

Parte dos *players* são regulados pela Lei do SeAC. A boa prática regulatória descrita nas publicações da Unesco (2017; 2019) recomenda revisar e atualizar a regulação vigente, em vez de eliminar conquistas históricas. Desse modo, há que se transpor o princípio do *must carry* do cabo para a comunicação audiovisual na internet, em nome da sobrevivência da comunicação pública e da redução das assimetrias entre os sistemas público-estatal e privado existentes no Brasil e também da pluralidade e do fortalecimento da democracia, acima dos interesses econômicos dos atores envolvidos.

Por fim, apesar de o *zero rating* ter sido a proposta apresentada pelo Parlamento para transpor o princípio do *must carry* para o cenário de convergência, há outras alternativas fundamentais para dar visibilidade à comunicação pública no mar de conteúdos e aplicações da internet. Cota de tela, Condecine (imposto específico para o audiovisual) e o carregamento de aplicativos em dispositivos como *smart TVs* e *smartphones* são temas que merecem investigação complementar para a regulação deste futuro que já chegou.

Referencias

Aalberg, T. & Curran, J. (eds). (2012). *How Media Inform Democracy: A Comparative Approach*, vol. 1. New York, London: Routledge.

BB Business Bureau (2018). *Mercado de TV paga e multiplataformas 2018*. Buenos Aires: BB Business Bureau. 1 p. Recuperado em 5 maio, 2020, de: <<http://bb.vision/wp-content/uploads/2018/08/Mapa-Mercado-de-TV-Paga-e-Multiplataformas-2018-PORTUGU%C3%89S.pdf>>. Acesso em:

Bertran, A. (2019, julho 12). *Anatel diz que TV por assinatura está sentenciada à morte*. Nextv News Brasil. Recuperado em 10 dezembro, 2019, de: <http://nextvbrasil.com/anatel-diz-que-a-tv-por-assinatura-esta-sentenciada-a-morte/>.

Bobbio, N. (2000) Dicionário de política (5ª ed). Brasília: Editora Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

Boehm, K., Esser, R., Lee, P., & Raab, J. (2018). *The future of the TV and video landscape by 2030*. Alemanha: Deloitte Center for the Long View. Recuperado em 9 dezembro, 2019, de: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fi/Documents/technology-media-telecommunications/201809%20Future%20of%20Video_DIGITAL.pdf.

Bolaño, C. (2016, maio) *Organização em rede, capital e a regulação mercantil do elo social: para a crítica da economia política da internet e da indústria cultural*, 6-16. Liinc em Revista, v.12, n.1. Rio de Janeiro. Recuperado de: <http://www.ibict.br/liinc> ou <http://dx.doi.org/10.18617/liinc.v12i1.890>.

Carvalho, M. (2014). *Comunicação pública: função e legitimação das tevês legislativas federais* Tese de doutorado, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil. Recuperado em 10 dezembro, 2019, de: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/15921>.

Duarte, F.C.P. & Guerra, A. (2020, maio a agosto). *Plataformização e trabalho algorítmico: contribuições dos Estudos de Plataforma para o fenômeno da uberização*. Revista Eptic, vol. 22, nº 2. Recuperado em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12129>.

Decreto nº 8.771, de 11 de maio de 2016. Regulamenta a Lei no 12.965, de 23 de abril de 2014. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Decreto/D8771.htm.

Emenda nº10 ao projeto de lei 3832, de 2019. Recuperado de: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8017708&ts=1594035409404&disposition=inline>.

European Audiovisual Observatory (EAO). (2016). *Yearbook Online Service 2016. Television, VOD, Cinema and Video in 40 European States: Markets and Players, Services and Usage*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory

Garcia e Silva H. B; Pinheiro, M. M. K & Marques, R. M. (2018) *Política de informação para a internet: regulação do zero rating na União Europeia*, 87-101. In: Polido F.B.P; Anjos, L.C. &

Brandão, L.C.C (org). *Tecnologias e conectividade [recurso eletrônico]: direito e políticas na governança das redes*. Brasil, Belo Horizonte: Instituto de Referência em Internet e Sociedade.

Garcia e Silva, H. B. & Marques, R. M. (2019) *Falsa percepção de gratuidade: a prática do zero-rating e o Marco Civil da Internet*. *Transinformação*, v.31, e180021. Recuperado em 7 setembro, 2020, de: <http://dx.doi.org/10.1590/2318-0889201931e180021>.

Gardner, S. (2017). *Public Broadcasting: its past and its future*. Knight Foundation. Recuperado em 8 dezembro, 2019, de: <https://knightfoundation.org/public-media-white-paper-2017-gardner/>.

Goodman, E. P. (2008, agosto 1). *Public Service Media 2.0*. Newark, NJ: Rutgers Law School. Recuperado em 9 dezembro, 2019, de: <https://ssrn.com/abstract=1299685> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1299685>.

Goodman, E. P. & Chen, A. H. (2011, março 21). *Modeling policy for new public media networks*. *Harvard Journal of Law and Technology*, vol. 24, nº1, p.111. Recuperado em 9 dezembro, 2019, de: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1569667.

Hennock Institute. (2014a) *A Twenty-First Century Library of Selected Thought and Analysis About Public Media* (volume 1). Recuperado em 10 dezembro, 2019, de: <http://www.hennockinstitute.org/wp-content/uploads/2014/04/21st-Century-Library-of-Thought-and-Analysis-about-Public-Media-rev-w-PTV-reduced-V1.pdf>

Hennock Institute. (2014b) *A Twenty-First Century Library of Selected Thought and Analysis About Public Media* (volume 2). Recuperado em 10 dezembro, 2019, de: <http://www.hennockinstitute.org/wp-content/uploads/2014/04/21st-Century-Library-of-Thought-and-Analysis-about-Public-Media-rev-w-PTV-reduced-V2.pdf>

Horvuz, A. (2018, novembro, 20) *O mercado de OTT Brasileiro tem grande potencial de crescimento*. Nextv News Brasil. Recuperado em 10 dezembro, 2019, de: <http://nextvbrasil.com/o-mercado-de-ott-brasileiro-tem-grande-potencial-de-crescimento/>.

Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social (Intervozes). (2009) *Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro*. São Paulo: Paulus.

Lobo, A. P. & Mariano, R. (2018, dezembro 11). *Lei do SeAC morreu e gera assimetrias regulatórias absurdas*. Convergência digital. Recuperado em 10 dezembro, 2019, de: <https://www.convergenciadigital.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?UserActiveTemplate=site&infoid=49696&sid=8>.

Lei 12.485, de 12 de setembro de 2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm

Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Recuperado de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm.

Livingstone, Sonia (2011) *Regulating the internet in the interests of children: emerging European and international approaches*. In: Mansell, Robin and Raboy, Marc, (eds.) *The Handbook of Global Media and Communication Policy*. Wiley-Blackwell, Oxford, UK, pp. 505-524. Recuperado em 9 dezembro, 2019, de: <https://core.ac.uk/download/pdf/9692058.pdf>.

Mansell, R. & Raboy, M. (eds). (2011, abril). *The Handbook of Global Media and Communication Policy*. IAMCR & Wiley-Blackwell.

Mastrini, G. & Becerra, M. (2009). *Los dueños de la palabra: acceso, estrutura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Mendel, T. & Salomon, E. (2011). *O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiros*. Brasília: Unesco.

Nazareno, C. (2020). *Mídia no Japão: como as organizações do arquipélago sobrevivem à globalização e à internet*. Brasília: FAC Livros.

Nielsen, R. K., Fletcher, R., Sehl, A. & Levy, D. A. L. (2016). *Analysis of the Relation between and Impact of Public Service Media and Private Media*. Commissioned Report for the Danish Ministry of Culture. Oxford: RISJ

Observacom (2017, setembro). *Regulación OTT: Claves de una regulación democrática de los servicios de internet (“over-the-top”) para garantizar una Internet libre y abierta y el pleno ejercicio de los derechos digitales y la libertad de expresión*. Unesco. Recuperado de: <https://www.observacom.org/regulacion-ott-documento-de-posicion-de-observacom-htpbit-ly2exefow/>.

Observacom (2019). *Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en Internet ¿Qué hacer?* Unesco. Recuperado em: <https://www.observacom.org/desafios-y-asimetrias-regulatorias-de-los-servicios-audiovisuales-en-internet-que-hacer/>.

Oliveira, P.N. (2018) *Vídeo sob demanda: uma discussão sobre a regulação brasileira*. Monografia de pós-graduação. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Recuperado de: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/8369/1/PNOliveira.pdf>.

Projeto de lei 3832, de 2019. Altera a Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado, para eliminar as restrições à concentração da propriedade entre prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo, concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens e produtoras e programadoras do Serviço de Acesso Condicionado. Recuperado de: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7973514&ts=1594035407765&disposition=inline>.

Schulz, A., Levy, D. & Nielsen, R. (2019). *Old, Educated, and Politically Diverge: The Audience of Public Service News*. Oxford: Reuters Institute, Universit of Oxford & Yle. Recuperado em 9 dezembro, 2019, de:

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-09/The_audience_of_public_service_news_FINAL.pdf.

Wasko, J., Murdock, G. & Sousa, H. (eds). (2011, abril). *The Handbook of Political Economy of Communications*. IAMCR & Wiley-Blackwell.