

# PONTO SEM RETORNO? O CASO VIVAX E A TELEVISÃO SEGMENTADA BRASILEIRA

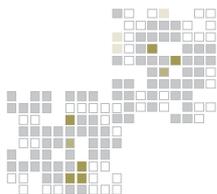
POINT OF NO RETURN? THE VIVAX CASE AND SEGMENTED TELEVISION IN BRAZIL

*¿PUNTO SIN RETORNO? EL CASO VIVAX E LA TELEVISIÓN SEGMENTADA BRASILEÑA*

## João Damasceno Martins Ladeira

■ Professor auxiliar 1 do PPGCC/Unisinos, possui doutorado em sociologia pelo IUPERJ (2009), mestrado e graduação em Comunicação pela UFF (2003, 2001). Anteriormente, foi bolsista de pós-doutorado Capes/PNPD (PPGCOM/Unisinos), professor substituto do curso de direito da Uerj (sociologia), tendo atuado, também, em universidades particulares. Pesquisador associado aos grupos Unisinos Tcav e Iesp Netsal, seus principais interesses de pesquisa são tecnologias da comunicação e informação, cultura visual, indústria cultural, imagem, indústrias criativas, globalização, teoria social.

■ E-mail: joaomartinsladeira@gmail.com



## RESUMO

O artigo discute um caso específico na reestruturação das organizações responsáveis por ordenar a televisão no Brasil. Através da atenção a um empreendimento pontual, a Vivax, debate-se a inserção da televisão segmentada, a partir dos anos 90, em redes globais, coordenadas não mais no interior de fronteiras nacionais. Trata-se de ações mais estritamente pautadas pela ação econômica, relativizando a relação com forças políticas, característica da indústria cultural brasileira. A fim de abordar o aumento da complexidade típico à televisão global, debate-se o desenvolvimento e aquisição da Vivax, dado o modo como aponta para a conexão entre a televisão segmentada e setor de telecomunicações, transformando a primeira em parte das atividades da segunda.

**PALAVRAS-CHAVE:** INDÚSTRIA CULTURAL; GLOBALIZAÇÃO; TELEVISÃO.

## ABSTRACT

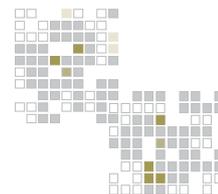
The article discusses a specific case in the restructuring of the organizations responsible for enjoining television in Brazil. Through the attention given to a specific enterprise, i.e. Vivax, one debates the insertion of segmented television as from the 90s in global networks, no longer coordinated within national frontiers. It concerns actions that are more strictly based on economic action, revitalizing the relation with political forces, a characteristic of the Brazilian cultural industry. In order to address the increase of complexity that is typical of global television, one debates the development and acquisition of Vivax, given the way that it points to the connection between segmented television and the telecommunications sector, transforming the former into a part of the activities of the latter.

**KEYWORDS:** CULTURAL INDUSTRY; GLOBALIZATION; TELEVISION.

## RESUMEN

El artículo discute un caso específico en la reestructuración de las organizaciones responsables de ordenar la televisión en Brasil. A través de la atención a una empresa puntual, Vivax, se va debatir la inserción de la televisión segmentada, a partir de los años 90, en redes globales, coordinadas no sólo dentro de las fronteras nacionales. Son acciones basadas estrictamente por la acción económica, relativizando la relación con fuerzas políticas, característica de la industria cultural brasilera. Para enfocar la creciente complejidad, típica de la televisión global, se debate el desarrollo y la adquisición de Vivax, dada la manera que señala la conexión entre televisión segmentada y el sector de telecomunicaciones, transformando la primera en parte de las actividades de la segunda.

**PALABRAS CLAVE:** INDUSTRIA CULTURAL; GLOBALIZACIÓN; TELEVISIÓN.



## 1. Introdução

No Brasil, o tipo de relação responsável por garantir a organização inicial da indústria cultural, e, em específico, da televisão, parece assunto claro. Uma discussão consistente se debruçou sobre a estruturação de serviços nacionais de broadcast (Capparelli, 1982), identificando um formato semelhante àquele adotado em outros países da região (Sinclair, 1999). Contudo, se o ordenamento deste momento foi discutido com suficiente intensidade, sua reconfiguração parece ter recebido menor atenção. Frente às transformações recentes presenciadas nas sociedades contemporâneas em aspectos diversos, possíveis de perceber em fluxos de globalização (Held *et al.*, 1999), torna-se relevante inferir sobre os impactos na produção de cultura e na organização dos sistemas de comunicação.

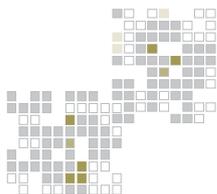
Compreender determinados aspectos da organização contemporânea da televisão segmentada no Brasil, parcela relevante da indústria cultural<sup>1</sup>, surge como debate para o qual este artigo pretende contribuir. Distintas da atuação restrita às fronteiras nacionais, característica à era do broadcast, as operações contemporâneas de tele-

1A elaboração do conceito de indústria cultura remonta à discussão de Adorno e Horkheimer (1944). Parte da crítica à dialética do esclarecimento, esta ideia de indústria cultural se ordena no âmbito de um projeto de emancipação baseado no imperativo da negatividade, estratégia para escapar das amarras impostas por um processo de racionalização capaz de se revelar, em seu limite, obrigatoriamente irracional. Caracterizada pela pseudoindividualização e pela falsa unidade entre universal e particular, justifica-se a crítica à indústria cultural como parte do esforço em resguardar o estético como uma das poucas experiências na qual tal proposta de emancipação se tornaria possível de realizar. Torna-se, para isso, obrigatório se contrapor à manufatura da cultura segundo a racionalidade explícita na lógica meios-fins compartilhada pelo sistema capitalista (Merquior, 1969). Sem deixar de perceber as consequências da expansão da técnica sobre a existência humana, neste texto, o entendimento sobre conceito de indústria cultural se atém menos ao pessimismo de Adorno e Horkheimer. Filia-se a uma perspectiva que busca formas capazes de permitir a descoberta e a invenção de estratégias para se contrapor poderes a outros poderes, como técnicas iminentes de resistência sempre válidas, ainda que frente a notáveis diferenças de proporção.

visão procedem segundo um formato de redes, morfologia capaz de permitir a conexão flexível a projetos pontuais (Castells, 1996, 2009). Noção útil para pensar tal fenômeno tem sido a ideia de televisão global, com aplicações em análises sobre a experiência de variados países (Sinclair e Turner, 2004). Embora este tema já se encontre adiantado alhures (Curtin e Shattuc, 2009; Kraidy e Khalil, 2009; Lotz, 2007), seu impacto no Brasil, todavia, ainda carece de discussão.

Assim, importante se torna a possibilidade da televisão contemporânea tomar parte em fluxos globais de propriedade, com interações que minimizam a ingerência de empreendimentos restritos à atuação nacional. Traço essencial vem a ser o controle por investidores internacionais e não por empreendimentos familiares nacionais de propriedade fechada. Como parte de um grupo diverso, percebem-se tanto corporações internacionais de mídia quanto investidores individuais sem conexão prévia com o segmento de televisão. Mais relevante, identifica-se como fração relevante dos sistemas de comunicação – na América Latina em geral e no Brasil em particular – os empreendimentos de telecomunicações (Balbontín, 2003; Martinez, 2008). A situação, distinta em relação ao passado, aponta para um cenário em que os sistemas audiovisuais parecem se deparar com um ponto sem retorno.

O caso Vivax, histórico de um empreendimento particular, despercebido entre as diversas atividades do segmento audiovisual, apresenta de forma notável o encontro entre este conjunto de tendências. Operação de televisão a cabo em atividade entre as décadas de 1990 e de 2000, importa tanto pela experiência que engendra quanto pelas interrelações que, como fenômeno, permite presenciar. Em seu surgimento, desenvolvimento e aquisição, veem-se velhos personagens da indústria cultural, empreendimentos internacionais de telecomunicações, investidores individuais sem ligação prévia com o segmento audiovisual



No Brasil, a televisão desde o início se afirma como um empreendimento econômico. Em uma rápida observação, o resultado pareceria próximo ao formato norte-americano. Trata-se, contudo, de um paralelo inexato.

e operações estrangeiras. Apenas em semelhança a sua análise se assemelha à observação de uma miniatura; sua importância consiste na forma como toma parte em uma maquete maior, muito mais rica: cenário este, de fato, o território ainda por explorar.

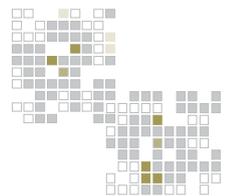
Organizada por Horizon Cablevision, operadora norte-americana de reduzida importância em seu país, mas com planos para o Brasil; reestruturada a partir da aquisição de Canbrás, uma das tentativas mal sucedidas de um dos mais tradicionais grupos brasileiros, a Abril, em tecnologias de cabo; dirigida por investidores hábeis em buscar capitalização em bolsa de valores através dos sofisticados mecanismos presentes em mercados de capitais, postura estranha às atividades de mídia; marcada por todas estas especificidades, a Vivax termina adquirida pela Net. Ação guiada pela mentalidade de investidor, capitalizando-se, garantindo a maior valorização possível e abandonando a própria empresa – uma operação rentável em um momento lucrativo – em busca de outras oportunidades, tal posição soa improvável para empreendimentos de broadcast controlados por famílias, como os de televisão aberta.

Para abordar tal tópico, este artigo se divide em duas seções. A primeira consiste na discussão teórica sobre a configuração e a reorganização dos sistemas audiovisuais, na expectativa de compreender o espaço ocupado pelo Brasil em tal cenário. A segunda expõe a descrição analítica do caso Vivax e suas múltiplas interações. Para tal, a delimitação do corpus consiste na investigação de um caso paradigmático, na tentativa de compreender o seu significado específico no âmbito de um processo social no qual tal empreendimento toma parte em interações mais amplas.

Para tal empreitada, a definição do método consiste na observação de fontes primárias e secundárias, abordando preferencialmente relatórios e materiais de exposição produzidos pela corporação. Tal esforço visa a reconstituir um processo histórico em busca do sentido capaz de ordenar a reconfiguração do sistema audiovisual no Brasil. A conclusão encaminha o debate.

## 2. A indústria cultural no Brasil: a gênese da televisão

Contraditório como o processo de modernização no Brasil em seu todo (Fernandes, 1975), o surgimento da televisão em nosso país congrega dois traços distintos, porém intensamente complementares. Diferente do que ocorreria, por exemplo, na Europa (Briggs e Burke, 2009), o início da televisão, aqui, define-se não como atribuição do Estado, imbuído de constituir meios públicos. No Brasil, a televisão desde o início se afirma como um empreendimento econômico. Em uma rápida observação, o resultado pareceria próximo ao formato norte-americano. Trata-se, contudo, de um paralelo inexato. A televisão no Brasil, possui traços próprios: sobre aparentes semelhanças, pesam diferenças estruturais. Nos EUA, centro da indústria cultural, havia sido possível às redes de broadcast já no início da televisão administrar o público, negociando tais indivíduos como a publicidade que as financiará. Contar com a infraestrutura apropriada às redes progressas de rádio se torna essencial, constituindo a televisão como atividade econômica autônoma (Gomery, 2008). No Brasil, percebe-se uma experiência distinta. Em nosso país, apenas tardiamente se presenciam redes autossuficientes em termos econômicos. Comparada aos EUA, a



## A conexão entre o legado garantido pela atuação marcadamente nacional e o formato pautado pela possibilidade de organizar redes globais de atuação se torna tema inscrito em uma experiência pontual: o caso Vivax (...)

televisão aberta no Brasil mantém durante significativo espaço de tempo um caráter local (Mattelart e Mattelart, 1999). Limite de central importância, a adequação à lógica do broadcast depende de um esforço de desenvolvimento típico ao modelo de capitalismo instaurado no Brasil, com todos os seus ônus (Capparelli, 1982).

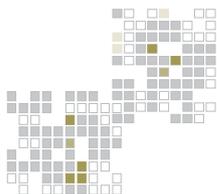
Assim, a adesão tardia a um paradigma essencial para tal segmento, ao se instituir um amplo mercado publicitário capaz de privilegiar uma parcela restrita dos industriais em atividade; ao se associar desenvolvimento técnico e ideologia de modernização através da instrumentalização da cultura; ao se ordenar investimentos em telecomunicações orientados economicamente, mas dirigidos politicamente; em resumo, ao se conectar Estado e mercado de modo específico, permite-se à televisão ser, ao mesmo tempo, moderna e subdesenvolvida (Ortiz, 1988). Como parte de uma experiência mais ampla, a organização da indústria cultural vai depender da lógica burocrático-autoritária cara à ação do Estado brasileiro, na qual a apropriação das relações capitalistas no país se submete a uma tecnocracia capaz de impor direcionamento político à ação econômica (Cardoso e Faletto, 1973).

Durante as décadas seguintes, a primazia de empreendimentos intensamente beneficiados pelos laços com o Estado consolida-se através de uma arrumação aparentemente difícil de alterar. Contudo, certa discussão identifica, nas oscilações na audiência ou na entrada de novos concorrentes, indícios de transformações que se iniciam nos anos 1990 (Borelli e Priolli, 2000). Neste momento, reordenamentos internacionais introduzem questões importantes, permi-

tindo indagar sobre a forma de apropriação, no Brasil, destas transformações internacionais presenciadas para a indústria cultural. Compreender como mudanças no centro estendem-se ao Brasil permite compreender a lógica de conexão do país e a forma pela qual toma parte na reorganização que ultrapassa, em muito, qualquer país específico.

A reorganização dos sistemas de comunicação e a possibilidade de ordenar o formato de televisão global decorrem da dissolução da centralidade das redes de broadcast, da institucionalização de outros produtores de conteúdo, da transformação técnica que permite a ação de distribuidores diversos e da eliminação de limites legais à organização da propriedade para a mídia (Hesmondhalgh, 2007, p. 93-118, 183-227; Holt, 2011). Graças a tal cenário, torna-se possível semiperiferias tão diversas quanto a região asiática (Curtin, 2007) ou os países árabes (Kraidy e Khalil, 2009) ocuparem espaço nestes fluxos de produção audiovisual, situação difícil de imaginar em condições pregressas. Frente a tal cenário, torna-se lícito perguntar sobre as repercussões deste processo na América Latina e no Brasil.

Compreender a difusão destas modificações implica em apreender de que modo a absorção de tais relações sociais se relaciona com as características previamente instituídas, e em que medida contribui para transformá-las. A conexão entre o legado garantido pela atuação marcadamente nacional e o formato pautado pela possibilidade de organizar redes globais de atuação se torna tema inscrito em uma experiência pontual: o caso Vivax, relevando pela forma como se relaciona com diversas forças sociais em atuação.



### 3. O caso Vivax e a televisão segmentada brasileira

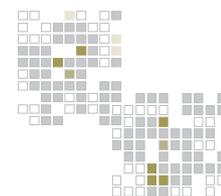
Quando, em 1997, retoma-se no Brasil a distribuição de autorizações para a televisão por assinatura, diversos personagens até então distantes da indústria cultural vão se apropriar destas novas oportunidades. Neste processo, o caso Vivax toma parte importante no processo através do qual se institui a presença de outros envolvidos com este segmento. Originada por agentes localizados no exterior da indústria cultural – investidores em busca de espaço – tal empreendimento vai ter como marca a habilidade em coordenar recursos distintos daqueles então utilizados pelos envolvidos com a indústria cultural, como a abertura de capital e a negociação em bolsas de valores.

Como resultado, presencia-se uma notável expansão de Vivax, que, contraditoriamente, conduz à sua venda. A oferta de Net, controlada por Telmex, decorre de um embate internacional. O aceite de Vivax envolve uma decisão de investidor, agindo conforme a valorização obtida por um empreendimento. O investimento envolve decisões que ultrapassam as fronteiras brasileiras. A decisão de Telmex se guia por um embate travado nos diversos países da América Latina em que atua. Ação orientada pela luta entre Telmex e Telefónica, não se restringe nem ao Brasil nem à indústria cultural, em caminhos que, frente a complexidade de segmentos produtivos e empreendimentos econômicos envolvidos, constituem a televisão global no Brasil.

Veem-se as especificidades da Vivax já durante seu processo de obtenção de outorgas. No Brasil, em duas ocasiões se distribuem autorizações para televisão segmentada. A primeira ocorre entre outubro de 1990 e junho de 1991, após a publicação da Portaria 250/1989 do Ministério das Comunicações, que oferece 97 licenças em 69 cidades (Possebon, 2009, p. 35-6). Na ocasião, a RBS iria ser o único grupo de maior porte a se

interessar pelas autorizações. Envolvem-se com a atividade, então, pequenos operadores, alguns já em atividade nos anos 1970: usualmente, operações com escasso poder de expansão (“Setor se transforma num balcão de negócios”, 1995). A distribuição inicial de outorgas para televisão segmentada pouco se distinguia da forma característica pela qual se repartiram concessões para televisão aberta: sem mecanismos institucionais de concorrência, ordenava-se por questões políticas e não pela racionalidade econômica. Os editais iniciados em 1997, em contraponto, mostram-se atípicos. Organizados no âmbito da Lei do Cabo de 1995, uma norma legal contendo instruções elaboradas a partir de uma extensa discussão iniciada após demandas da sociedade civil encerrarem aquela distribuição inicial de autorizações, procede, pela primeira vez, segundo regras minimamente competitivas.

Entre os personagens envolvidos com estes editais, estavam empreendimentos sem vínculos prévios com a indústria cultural, situação pouco comum. A Horizon, empresa que anos depois constituirá a Vivax, fora organizada por um empresário anteriormente envolvido com o setor de tecnologias de computação. Associa-se ao empreendimento um ex-acionista de uma empresa de mineração, a Paranapanema. O último integrante do projeto vai ser uma operadora norte-americana de televisão a cabo, que oferece seu nome, Horizon Cablevision, à atividade no Brasil (Possebon, 2009, p. 141-4, 156, 158). Em 2003, a Horizon anuncia a compra de Canbrás, uma operadora de televisão a cabo organizada pela Abril em 1994. A chance de adquirir tal empreendimento indica a especificidade de Horizon. A Canbrás havia se construído como uma tentativa da Abril em atuar nos negócios de televisão. Se, frente à escassez de autorizações para frequências abertas, a chance não surgira no modelo de *broadcast*, a Abril enxergava oportunidades na televisão segmentadas. Semelhante às demais ope-



Aqui, como no restante da região, ambos os  
empreendimentos de telecomunicações organizam suas ações de modo  
reciprocamente orientado, em interações que possuem consequências  
possíveis de afetar diversos outros personagens.

rações da indústria cultural, seu interesse pelas autorizações de cabo chegava tarde<sup>2</sup>. A opção se torna adquirir licenças detidas por beneficiados da distribuição de 1991. Adquire-se as autorizações de Canbrás de um ex-vereador de Santos e de seu filho, que as conseguira de forma gratuita (Lobato, 1995).

Viabiliza-se a atuação da Abril em televisão segmentada a partir de associações das mais variadas. Sua motivação para a busca por sócios – em vários momentos, sócios internacionais – decorre da necessidade de lidar com dívidas intensas acumuladas pela empreitada. Negociar com a própria empresa se torna opção importante. Assim, a Abril constitui um empreendimento distinto, TVA, dotado de complexa estrutura acionária. O primeiro investimento estrangeiro ocorre em 1994, através da associação com o Chase Manhattan (“Chase Deal in Brazil”, 1994). Entre outubro de 1995 e dezembro de 1995, Hearst, ABC/Capital Cities e Falcon Cable se juntam ao projeto (“American Venture Buys Brazil Pay-TV Stake”, 1995). Para ordenar a Canbrás, a TVA se conecta, em julho de 1995, com a Bell Canada. A decisão sobre a venda de Canbrás decorre da decisão dos sócios estrangeiros, em 2002, em deixar o Brasil (Fuoco, 2003). Curioso: um personagem com intensa relevância na indústria cultural brasileira desfazendo-se de seus investimentos, cedendo espaço a um comprador recém-chegado à atividade. A operação expande a atuação da Horizon, permitindo a uma operação de pequeno

porte protagonizar um dos principais movimentos de consolidação do setor (Possebon, 2006). São transformações substantivas: com receita de R\$ 75 milhões e 91 mil assinantes no final de 2003, a Horizon torna-se, após a compra, um empreendimento com receita de R\$ 227 milhões e 283 mil assinantes em 2004 (Vivax, 2006, p. 45, 64, 66, 68).

A Horizon, então, muda seu nome para Vivax. Inicia, assim, seu processo de expansão, apropriando-se de um tipo de financiamento novo para a indústria cultural: os mercados de capitais. Empreendimentos brasileiros usualmente recorrem a fontes de recursos como o BNDES, instituição essencial. A entrada de Vivax no Novo Mercado Bovespa ocorre em 2005 (“Vivax pede registro para abrir o capital”, 2005); a negociação, em 2006. Distinto de financiamento a partir de bancos de desenvolvimento, a participação no mercado financeiro exige a adoção de regras de governança responsáveis por impor um formato distinto daquele adotado por corporações familiares fechadas típicas ao segmento audiovisual brasileiro. Frente à expectativa em obter R\$ 470 milhões, a empresa consegue R\$ 529 milhões (Gorga, 2009).

Em outubro de 2006, a Vivax anuncia, de forma bastante súbita, a decisão de vender a sua operação para Net. Tal posição, para além de se referir a uma aquisição pontual, faz com que Vivax venha a participar dos fluxos de globalização responsáveis por transformar aspectos diversos da organização da indústria cultural no Brasil. A compra da operadora consiste em uma ação no interior de uma disputa travada por Telmex e Telefônica em diversos países da América Latina.

<sup>2</sup> Os primeiros investimentos de Abril haviam se concentrado não em tecnologias de distribuição por terra, mas pelo ar. A empresa inicia sua operação a partir de canais em UHF com transmissão através de MMDS, uma tecnologia por micro-ondas (Possebon, 2009, p. 61-3).

Aqui, como no restante da região, ambos os empreendimentos de telecomunicações organizam suas ações de modo reciprocamente orientado, em interações que possuem consequências possíveis de afetar diversos outros personagens.

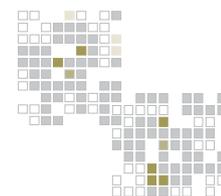
No Brasil, a Telmex iniciara atividades em televisão segmentada em junho de 2004, com a compra da Net (Cotta e Rolli, 2004). Anteriormente, havia, em abril de 2004, adquirido a Embratel, consequência da obrigação de venda do antigo proprietário, a MCI, após sua falência nos EUA (Cariello, 2004). Previamente, a Telmex coordenara no Brasil outras aquisições em telefonia móvel. Em grande parte, consistem de empreendimentos incapazes de investir em expansão, algumas devido a dificuldades em seu país de origem, outras dado aos percalços para o setor de telecomunicações como um todo no período, tornando difícil manter seu projeto de internacionalização (Balbontín, 2005). Em contraponto, a participação de Telefónica havia se orientado para a participação em processos de privatização, ocupando o espaço deixado pelos Estados latino-americanos após vários anos de baixo investimento (Guillén e García-Canal, 2010).

A despeito das múltiplas distinções envolvidas, a participação de Telefónica e Telmex na América Latina decorre da reação de México e Espanha, respectivamente, aos processos de liberalização comercial impostos a ambos. No caso do México, a inserção em outros países decorre da mudança de orientação política capaz de impor a privatização de serviços chave, os de telecomunicações entre eles, visando oferecer aos grupos econômicos nacionais benefícios possíveis de justificar seu apoio ao Estado mexicano. Para a Espanha, reside na decisão do Estado espanhol em se fortalecer politicamente através do incentivo a atividades economicamente relevantes, transformando as telecomunicações em um instrumento importante para este objetivo (Mariscal e Rivera, 2005).

No Brasil, a compra de Vivax seria a primeira de uma série de aquisições que, a partir de 2006, consolidariam este segmento do sistema audiovisual. Em outubro de 2006, Telefónica adquire, por R\$ 922 milhões, as operações de TVA em cabo e MMDS. Com presença no Brasil desde as privatizações de 1998, com a aquisição da Telesp, Telefónica buscava, com tal compra e com um pedido de licença para DTH realizado em junho de 2006, dar início à atuação na indústria cultural. Em dezembro de 2007, a Net anuncia a compra de BigTV, uma operadora em atuação em 12 cidades em 4 Estados. Em agosto de 2008, a Net compra a ESC 90, uma operadora de televisão via satélite e internet banda larga, com atuação em duas cidades do Espírito Santo. Com a operação, a Net garante a atuação em todas as capitais das regiões Sul e Sudeste (Mermelstein, 2008). São decisões de venda que permitiam a expansão da convergência de atividades em televisão segmentada com empreendimentos de telecomunicações, configurando as redes possíveis de organizar o formato de televisão global em nosso país.

#### 4. Conclusão

Na análise do caso Vivax, o conjunto de envolvidos em operações sobrepostas – Horizon, Canbrás, Abril, Telmex, Telefónica – exerce influência sobre traços chave para a organização dos serviços de televisão no Brasil. Tais sequências de aquisições institucionalizam projetos que operam como redes globais, relações distintas se comparadas à forma característica como a indústria cultural se articulou em nosso país. De central importância vai ser a tentativa de rever um traço caro à consolidação deste segmento. O modo como se garante a ausência de luta econômica através de benefícios políticos concedidos pelo Estado durante as distribuições de concessões, coordenado pelo predomínio de operações nacionais familiares. Modelo impossível de repetir a partir da segunda metade da década de 2000,



a reavaliação deste cenário surge como traço da inserção do Brasil, no que se refere à indústria cultural, em uma ordem global.

A formação de Canbrás havia representado uma tentativa limitada de rever o passado. A presença de sócios internacionais introduz outro agente em relações controladas historicamente por investimentos nacionais. A presença de Abril em atividade de televisão segmentada, na expectativa de transformar sua histórica incapacidade de obter espaço na televisão aberta, ocorre pela conexão com sócios internacionais. A presença deste tipo de capital indica um fenômeno novo. Pela primeira vez, operações de televisão vão ser administradas não por empreendimentos nacionais. Exatamente o contrário. Em tal projeto, o capital originário no Brasil perde rapidamente o controle decisório sobre a operação.

Atividade dotada de laços menos estreitos com esta experiência pregressa, a contribuição da Horizon em relativizar tal arranjo merece destaque. A origem dos envolvidos, externa a vínculos criados de longa data, reforça tal possibilidade. Seu surgimento se deve a uma circunstância na qual se presencia uma distribuição de autorizações de forma minimamente competitiva, e não devido à lógica do favor. Tais atos contribuem para estruturar a indústria cultural segundo um formato ainda não presenciado. A consequência se presencia em outras ações difíceis de observar no passado, como a forma pela qual Vivax financia

suas atividades, em uma postura capaz de implicar relação de maior autonomia.

Tal mudança de perspectiva define a negociação entre Vivax e Net. A venda decorre de uma decisão de investidor. A ação decorre da postura de um personagem que, frente à possibilidade de maior rendimento, usufrui a liberdade de negociar com a própria corporação. Agentes específicos se mostram relevantes para realizar tais possibilidades. A presença de atividades de telecomunicações na América Latina, e também no Brasil, introduz redes atuando em países diversos, intervindo em regiões dispersas no espaço. Incorporar Vivax se refere à necessidade de compor uma fração deste projeto. Distinto da expectativa nutrida durante a década de 90 de agir de modo autônomo, o resultado final se torna a adesão a um projeto mais amplo.

Como um indício da complexidade cara a uma modernidade contemporânea marcada pela intensa apropriação da morfologia de redes, o caso Vivax ilustra a adesão, no Brasil, do formato de televisão global. Estas interações multifacetadas apontam para duas direções. A trajetória na qual Vivax surge e se desenvolve se refere à redução de importância dos empreendimentos convencionais da indústria cultural na televisão segmentada. Sua aquisição aponta para uma direção, da qual a sua compra por Telmex surge como o primeiro indício da consolidação de operações, reorganizando a lógica a partir da qual se havia até então operado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1944.

American Venture Buys Brazil Pay-TV Stake. *The New York Times*, 12 dez. 1995.

BALBONTÍN, Patricio Rozas. *Gestión pública, regulación e internacionalización de las telecomunicaciones*. Santiago de Chile: Cepál, 2003.

BALBONTÍN, Patricio Rozas. *Privatización, reestructuración industrial*

*y prácticas regulatorias en el sector telecomunicaciones*. Santiago de Chile: Cepál, 2005.

BORELLI, Silvia Helena Simões; PRIOLLI, Gabriel (Org.). *A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência*. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *A social history of the media: from Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity, 2009.

- CAPPARELLI, Sérgio. *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&PM, 1982.
- CARDOSO, Fernando Henrique; FALETO, Enzo. *Desenvolvimento e dependência*. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- CARIELLO, Rafael. Fixas perdem e Embratel fica com a Telmex. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 24 ago. 2004.
- CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. New York: Oxford University Press, 2009.
- CASTELLS, Manuel. *The Rise of the Network Society*. 2. ed. Malden: Wiley-Blackwell, 1996.
- Chase Deal in Brazil. *The New York Times*, 27 jul. 1994.
- COTTA, Elaine; ROLLI, Claudia. Telmex comprará parte da Net e já pensa no controle. *Folha de S. Paulo*, 29 jun. 2004.
- CURTIN, Michael. *Playing to the World's Biggest Audience: The Globalization of Chinese Film and TV*. Berkeley: University of California Press, 2007.
- CURTIN, Michael; SHATTUC, Jane. *The American Television Industry*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009.
- FERNANDES, Florestan. *A Revolução Burguesa no Brasil: Ensaio de Interpretação Sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.
- FUOCO, Taís. *Bell Canada negocia venda da Canbrás no Brasil*. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/arquivo/383739/bell-canada-negocia-venda-da-canbras-no-brasil>>. Acesso em: 9 set. 2012.
- GOMERY, Douglas. *A history of broadcasting in the United States*. Malden, MA: Blackwell, 2008.
- GORGA, Erica. Changing the Paradigm of Stock Ownership from Concentrated towards Dispersed Ownership: Evidence from Brazil and Consequences for Emerging Countries. *Northwestern Journal of International Law & Business*, v. 29, n. 2, p. 439-554, 2009.
- GUILLÉN, Mauro; GARCÍA-CANAL, Esteban. *The New Multinationals: Spanish Firms in a Global Context*. Berkeley: Cambridge University Press, 2010.
- HELD, David et al. *Global Transformations: Politics, Economics, and Culture*. Cambridge: Polity, 1999.
- HESMONDHALGH, David. *The Cultural Industries*. 2nd. ed. New York: Sage, 2007.
- HOLT, Jennifer. *Empires of Entertainment: Media Industries and the Politics of Deregulation, 1980-1996*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2011.
- KRAIDY, Marwan; KHALIL, Joe. *Arab Television Industries*. London: British Film Institute, 2009.
- LOBATO, Elvira. Lei encerra período do “faroeste” na TV a cabo. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 9 abr. 1995.
- LOTZ, Amanda D. *The Television Will Be Revolutionized*. New York: NYU Press, 2007.
- MARISCAL, Judith; RIVERA, Eugenio. New trends in the Latin American telecommunications market: Telefonica & Telmex. *Telecommunications Policy*, v. 29, n. 9-10, p. 757-777, out. 2005. Acesso em: 22 ago. 2013.
- MARTINEZ, Gabriela. *Latin American Telecommunications: Telefónica's Conquest*. Lanham: Lexington Books, 2008.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *O carnaval das imagens: a ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- MERMELSTEIN, André. Net quer novas aquisições para complementar rede. *Tela Viva*, São Paulo, 1 set. 2008.
- MERQUIOR, José Guilherme. *Arte e sociedade em Marcuse, Adorno e Benjamin: ensaio crítico sobre a escola neohegeliana de Frankfurt*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: Cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- POSSEBON, Samuel. Assim na Terra como no Céu. *Tela Viva*, São Paulo, out. 2006, p. 14-16.
- POSSEBON, Samuel. *TV por assinatura: 20 anos de evolução*. São Paulo: ABTA, 2009.
- Setor se transforma num balcão de negócios. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 19 fev. 1995.
- SINCLAIR, John. *Latin American Television: A Global View*. New York: Oxford University Press, 1999.
- SINCLAIR, John; TURNER, Graeme (Org.). *Contemporary world television*. London: British Film Institute, 2004.
- VIVAX. *Prospecto Definitivo de Distribuição Pública de Debêntures Simples da 2ª Emissão*. Americana: Vivax S.A., 6 fev. 2006. Disponível em: <<http://www.debentures.com.br/informacoes-mercado/prospectos/2006/VVAX2-PROSPECTO.exe>>. Acesso em: 25 jul. 2013.
- Vivax pede registro para abrir o capital. *Valor Econômico*, São Paulo, 3 nov. 2005.