

## UM FEITIÇO DO TEMPO NA TELEVISÃO E NO CAPITALISMO (DE PLATAFORMA): O REMAKE DO SONHO PELA TV 3.0<sup>1</sup>

Janaine AIRES<sup>2</sup>; Diogo de Almeida CAMELO<sup>3</sup>; Suzy dos SANTOS<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Grupo de trabalho 1 – Políticas de Comunicação

<sup>2</sup> Docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e-mail: [janaine.aires@eco.ufrrj.br](mailto:janaine.aires@eco.ufrrj.br)

<sup>3</sup> Doutorando do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, e-mail: [realdiogoalmeida@gmail.com](mailto:realdiogoalmeida@gmail.com)

<sup>4</sup> Docente da Escola de Comunicação e do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, e-mail: [suzy.santos@eco.ufrrj.br](mailto:suzy.santos@eco.ufrrj.br)

### RESUMO

Mais uma Copa do Mundo se aproxima com novidades nas políticas de comunicação nacionais : a TV 3.0 (Brasil, 2025). Este modelo híbrido promete unir a televisão aberta à lógica das plataformas digitais e vem sendo celebrado como um pontapé para uma nova fase econômica da TV. Desde a redemocratização, as políticas de comunicação brasileiras seguem na contramão global (Santos, 2016). No entanto, o sonho da digitalização da TV, como nos lembra Patrícia Maurício (2022), era transformá-la em um instrumento de inclusão digital e de acesso a serviços públicos, aproveitando sua presença massiva nos lares brasileiros.

A TV a Cabo, a Internet comercial, a TV digital, entre tantas outras tecnologias resumidas em siglas de 3 a 5 letras, tais como UHF, MMDS, DTH, VOD, entre outras, foram promessas de ampliação da cidadania e da democratização das comunicações que ouvimos nas décadas passadas, mas os projetos logo sucumbiram aos interesses de mercado, reduzindo-se, na maioria dos casos, à melhoria técnica das imagens e à possibilidade de multiprogramação, frequentemente subaproveitada. Na DTV+, como também é denominada, a interatividade retorna sob outra racionalidade: não para incluir, como no princípio, e sim para extrair dados e vender itens de consumo. Os canais se tornarão aplicativos e demandam sistemas operacionais e serviços de nuvem que podem favorecer os grandes conglomerados tecnológicos capazes de estruturar ecossistemas que viabilizem o volume do fluxo de dados e o prometido *T-commerce*.

Este artigo argumenta que a TV 3.0 representa uma reconfiguração estrutural da televisão brasileira sob a lógica concentradora do capitalismo de plataforma (Srnicsek, 2017). As mutações infraestruturais levantam questões regulatórias centrais: quem controlará os dados gerados? Onde serão armazenados? Sob quais padrões tecnológicos e com que grau de autonomia nacional? Como as empresas de atuação local e regional se adequarão?

Sustentamos que, tal como vem sendo gestada, a TV 3.0 pode aprofundar a concentração da mídia no Brasil (Cabral, 2023) e reforçar assimetrias já existentes sob a lógica do “*vencedor leva tudo*” (Bastos, 2021), fortalecendo a principal empresa do setor, o que não deve ser confundido com soberania. Retomamos, nesse sentido, o diagnóstico de dependência formulado por Sérgio Capparelli (1982). Se antes a subordinação se expressava na importação de equipamentos, formatos e capital estrangeiro, hoje ela se desloca para a dependência de infraestruturas digitais controladas por corporações globais. A transformação da Globo em *Mediatech* ilustra esse movimento, apoiada em parcerias com *Google*, *Accenture*, *Palantir* e *Salesforce* (Silva, 2024), preservando o traço histórico de vinculação a soluções tecnológicas desenvolvidas por empresas estadunidenses.

Por isso, o artigo analisa criticamente o ambiente competitivo que estas mudanças trarão para as empresas privadas de televisão brasileiras, mobilizando métodos dos estudos de futuro (Leite;

Janick; Martins, 2021) para avaliar seus desdobramentos regulatórios, econômicos e concorrenciais. Bem como refletiremos sobre a proposta de criação da *Plataforma Comum de Comunicação Pública e Governo Digital*. Sustentamos que, sem participação social efetiva e uma política regulatória integrada capaz de enfrentar as assimetrias infraestruturais e políticas já existentes, tais inovações podem acentuar os desequilíbrios.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASTOS, C. S. P. **Cadernos do Cade** — Mercados de plataformas digitais. Brasília: Conselho Administrativo de Defesa Econômica, 2021.

BRASIL. Decreto nº 12.595, de 27 de agosto de 2025. Regulamenta a TV 3.0 e dispõe sobre o padrão tecnológico da DTV+. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 27 ago. 2025. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 12 fev. 2026.

CABRAL, E. D. T. **Concentração da mídia no Brasil**: radiodifusão e telecomunicações. Rio de Janeiro: Anagrama, 2023

CAPPARELLI, S. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: LP&M, 1982

LEITE, J.; JANICK, V.; MARTINS, C. C. B. (org.). **Explorando futuros possíveis**: fundamentos e práticas sobre ferramentas prospectivas. Rio de Janeiro: Alpheratz, 2021.

MAURÍCIO, P. **Conflitos na TV digital brasileira**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2022

SANTOS, S. **Convergência divergente**: a TV aberta na contramão global. João Pessoa: Xeroxa, 2016.

SILVA, A. F. M. **Uma só Globo**: o caso da Globoplay na plataforma da empresa brasileira de comunicação. 2024. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024. doi:10.11606/T.27.2024.tde-02072024-120927. Acesso em: 12 fev. 2026.

SRNICEK, N. **Platform capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017.