

## **A nossa telinha: a TV brasileira e seu desenvolvimento, do preto e branco ao digital, a partir de políticas públicas e comerciais**

GARCIA, Santiago Naliato, mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” Bauru-SP.

### **RESUMO**

No processo de desenvolvimento da televisão brasileira podem ser observados os fatores econômicos, técnicos e culturais que, de uma forma ou de outra, contribuíram para o desenvolvimento deste meio de comunicação. Da década de 1950 até a década de 2011, as atualizações técnicas, conceituais, econômicas, além das mudanças dos hábitos de consumo da massa se intensificaram. No presente momento, a TV visualiza um panorama de digitalização do sistema, cujas mudanças na dinâmica econômica e cultural do fazer televisão ainda são desconhecidas pela massa. O objetivo do presente artigo é ponderar sobre o início do meio televisivo no Brasil e suas transformações técnicas, econômicas e sociais ao longo dos anos, fornecendo ponderações para que se delineie ações e comportamento da nova TV digital.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Televisão brasileira, Desenvolvimento sócio-econômico, Políticas de comunicação.

### **O SISTEMA TELEVISIVO BRASILEIRO IMPLANTADO NOS ANOS 50**

A televisão – TV – brasileira teve sua inauguração oficial no dia 18 de setembro de 1950 (MATTOS, 2002), dois anos após a realização da primeira transmissão, em caráter experimental, realizada em Juiz de Fora (MG), em comemoração ao centenário da cidade (ALENCAR 2007). De acordo com Mattos (2002), o alto grau de popularidade e penetração do meio radiofônico exerceu forte influência no desenvolvimento do meio que agregaria imagem e som, levando a TV a utilizar inicialmente a estrutura do próprio rádio, os formatos de programação e também os técnicos e artistas do som, uma vez que não havia profissionais especializados nessa mídia que se iniciava e muito menos recursos, o que marcou o período pela improvisação. Sobrou o improvisar. No mesmo período, a televisão norte americana se desenvolvia a partir de parâmetros delineados pela forte indústria cinematográfica

(MATTOS, 2002).

Para inaugurar a primeira emissora de TV do Brasil, Assis Châteaubriant, empresário brasileiro dono de diversos jornais, revistas e rádios – chamados de Diários Associados – importou cerca de 30 toneladas de equipamentos dos Estados Unidos da América (EUA) comprados da americana RCA Victor, por US\$5 milhões (CRUZ, 2008). As transmissões dos primeiros sinais na década de 1950 foram realizadas na capital paulista, do alto do Banco do Estado de São Paulo e no próprio edifício da emissora, no bairro do Sumaré (CRUZ, 2008). A TV Tupi marcou a história do Brasil como o quarto país a ter uma emissora de televisão a ir ao ar diariamente. Antes transmitiram os EUA, Inglaterra e França. Os domínios técnicos e de conteúdo foram realizados por empresas vindas do rádio, como a Tupi e a Record. Uma das características das emissoras era o caráter regional, não havia redes (CRUZ, 2008).

Nessa primeira fase de implantação da televisão no Brasil, prevaleceu alguns modelos de programação e de propaganda derivados do rádio. As primeiras locuções na TV foram realizadas por vozes já conhecidas daquele meio, como de Oswaldo Luiz, na locução comercial. Ainda no ramo comercial, programas eram inteiramente patrocinados por um único investidor, como o caso do *Falando Francamente*, *talkshow* apresentado por Arnaldo Nogueira com patrocínio da Bérgeon; já na produção de conteúdo, formatos inteiros eram transpostos do rádio para a telinha, como *A escolinha de Ciccilo* (LORÊDO, 2000).

Mesmo com o pioneirismo da TUPI, esse novo meio que foi proclamado como o “rádio com imagens” não obteve o retorno financeiro esperado pela propaganda. Os anunciantes não acreditaram no potencial do novo veículo (LORÊDO, 2000) em parte porque a audiência, como se sabia, era restrita, direcionada a uma camada elitista, única com poder aquisitivo suficiente para importar os caros aparelhos de TV. A partir dessa primeira fase, começa a se delinear um perfil bem específico na programação, consumida pela elite paulistana (SODRÉ, 1977). Como consequência da baixa audiência e com a necessidade vital da sua expansão, as emissoras que surgiram na década de 1950 abandonaram os programas culturais (VEJA, 1970, p. 63).

Em um segundo momento, na década de 1970, as inovações que agregaram serviços e formatos para a TV, como o *videotape* e as transmissões via satélite, definiram um modelo, uma maneira de se “fazer televisão” que perduraria como

grandes e inovadores aperfeiçoamentos pelos 40 anos seguintes. Do início da TV no Brasil até uma das grandes e fundamentais inovações que deram, ao dispositivo televisivo, a linguagem que se tem atualmente, não passou mais de 10 anos: em 1961 o primeiro *link* da tv ligou Brasília ao centro-oeste, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e São Paulo, transmitindo a inauguração de Brasília (LORÊDO, 2000). O início das transmissões por *links* deram à TV a mobilidade e instantaneidade que hoje leva imagens em transmissão direta para todo o país.

Na mesma década, outra importante tecnologia foi desenvolvida: o *videotape* - VT - . Tal recurso impulsionou produções de conteúdo como as telenovelas, e também viabilizou a criação de uma estratégia de programação horizontal. A veiculação do mesmo programa em vários dias da semana criou o hábito de assistir televisão rotineiramente, prendendo a atenção do telespectador (MATTOS, 2002). A implementação de dois conceitos-chave: horizontalidade e verticalidade foi fundamental para a construção de uma programação homogênea. Tais conceitos tiveram aplicação no começo dos anos 1960, sendo perenizados pela Rede Globo:

A horizontalidade é a colocação de um programa ao longo da semana ou do mês, em um mesmo horário; e, a verticalidade, se traduz por uma sequência ao longo do dia que vai sendo repetida semana a semana, mês a mês. No começo dos anos 60, foi a extinta TV Excelsior que inaugurou esse modelo de programação horizontal e vertical. Coube à Globo a cópia desse modelo de maneira profissional e perene (BORELLI & PRIOLLI, 2000, p. 81).

A partir desta data, o telespectador passa a adquirir o costume de, todos os dias, numa determinada hora, ligar a TV para assistir ao seu programa favorito. Ainda para Borelli & Priolli (2000), esse modelo de programação foi responsável pelo sucesso das telenovelas no começo dos anos 60, ganhando mais força com a introdução do *videotape*, que possibilitou a gravação antecipada de vários capítulos de um mesmo programa. Hoje, graças a recursos de armazenamento de gravações proporcionados com a tecnologia e conceito do *videotape*, os programas esportivos podem veicular *replays* de todos os ângulos imagináveis.

Durante a década de 1970, outra inovação surgiu: a TV em cores. O início oficial das transmissões em cores sob o território brasileiro foi realizado no dia 10 de fevereiro de 1972, em Caxias do Sul-RS, durante a tradicional Festa da Uva de Caxias,

cobertura exigida pelo então ministro das comunicações, Hygino Corsetti, caxiense (CRUZ, 2008). Depois da década de 1970, o panorama de inovações tecnológicas não avançou muito. Se no começo das transmissões televisivas a transição do sistema preto e branco para o sistema colorido não teve tanta repercussão, sob alegação das emissoras que quem ganharia mais seriam os fabricantes de televisores (CRUZ, 2008), atualmente o *upgrade* do sistema em cores para o sistema em alta definição é assunto tratado como inovação, reforçando contextos mercadológicos e suas novas características de ação, bem como novos planos de marketing e legislação específica.

## **A ESTRUTURA COMERCIAL DA PROGRAMAÇÃO DA TV NAS PRIMEIRAS DÉCADAS**

A partir da sua inauguração, a TV passa então a enfatizar certos tipos de programa em virtude da ausência de uma estrutura comercial e da pequena audiência burguesa (SODRÉ, 1977). Essa fase denominada elitista, que vai de 1950 a 1964, foi marcada pelo acesso da elite econômica brasileira ao televisor, considerado um luxo (MATTOS, 2002). Alguns programas marcaram o avanço da televisão nessa fase, destaque para dois deles: “Sua vida me pertence”, telenovela de Walter Foster, em 1951, e o “Repórter Esso”, um radiojornal de grande sucesso transmitido pela United Press International que foi adaptado pela Tupi Rio para a TV.

Uma característica do formato de veiculação publicitária desses primeiros programas era a forma com que a empresa patrocinadora se apresentava, fazendo parte do nome do programa. Em sua maioria, os programas eram sustentados por uma única empresa patrocinadora:

Exatamente por isso, durante as duas primeiras décadas de nossa televisão, os programas eram identificados pelo nome do patrocinador. Em 1952, e por vários anos subsequentes, os telejornais tinham denominações como: “Telenotícias Panair”, “Repórter Esso”, “Telejornal Bendix”, “Reportagem Ducal” ou “Telejornal Pirelli”. Os demais programas também tinham nome do patrocinador: “Gincana Kibon”, “Sabatina Maizena” e “Teatrinho Trol” (MATTOS, 2002, p. 70).

O Repórter Esso é um marco não apenas por portar conteúdo jornalístico, delineando formatos para o programa de telejornalismo – utilizados até hoje – mas

também por ter um formato de patrocínio que perdurou por cerca de 30 anos. O programa foi ao ar na TV Tupi de São Paulo no dia 17 de junho de 1953 e foi veiculado até os anos 1970, quando a publicidade na TV passou a ser veiculada entre os programas ao invés de patrociná-los como um todo. Nesse outro formato de veiculação publicitária, os textos eram lidos sobre os slides e produtos, numa espécie de comercial ao vivo. Em um segundo momentos dos comerciais brasileiros, moças selecionadas passaram a fazer a demonstração dos produtos enquanto o locutor narrava as suas características (LORÊDO, 2000). Para Mattos (2002), a indústria da publicidade na televisão brasileira encorajou as corporações multinacionais a importarem programas norte-americanos durante os primeiros 20 anos de transmissões, utilizando trilhas sonoras e músicas estrangeiras nas peças veiculadas. Com os investimentos das grandes multinacionais, a natureza comercial da nossa TV se fortificava, formando um modelo próprio (MATTOS, 1984; 1990; 1996).

Capaz de atingir uma grande audiência tanto de população alfabetizada quanto analfabeta, a TV se tornou o meio preferido das agências de publicidade a partir da década de 1960, quando adaptou sua programação para aumentar a audiência (MATTOS, 2002) e a penetração em todos os Estados. Para que as transmissões em rede fossem viabilizadas, o poder público brasileiro teve papel decisivo na implantação de uma estrutura de telecomunicações. Foram instaladas estações terrestres de satélites, implantadas linhas de microondas ampliando o sistema telefônico e possibilitando a transmissão de TV em todo o território nacional (MATTOS, 1982b).

Outra tecnologia que reforçou o poder da TV foi o *videotape* – o VT – cuja possibilidade de gravação do material para posterior edição e veiculação oferece a possibilidade de trabalhar com diversos modelos de grade de programação e de produção publicitária. Para Mattos (2002), o VT foi fundamental para o desenvolvimento de dois fatores importantes para a TV brasileira: a consolidação do gênero telenovela e a cultura de se assistir televisão todos os dias:

O uso do VT possibilitou não somente novelas diárias como também a implantação de uma estratégia de programação horizontal. A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana criou o hábito de assistir televisão rotineiramente, prendendo a atenção do telespectador e substituindo o tipo de programação em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias (MATTOS, 2002, p.87).

Teve, a Rede Globo de televisão, uma forte participação na tomada desta cultura de se ver TV com a criação da programação-sanduíche. Para Borelli & Priolli (2000), a consolidação deste hábito de assistir televisão foi possível com o trabalho de Walter Clark, a partir de 1968, na ocasião à frente da tarefa de elaboração de uma grade de programação, que teve como princípio a colocação de um telejornal entre duas telenovelas. A telenovela se tornou um dos maiores investimentos e com grande capacidade de potenciais retornos financeiros para a TV brasileira. A partir de *O Bem Amado*, novela vendida para países latino-americanos e a Portugal, é possível constatar uma crescente nos lucros deste formato de programa: em 1977, apenas a Globo vendeu cerca de US\$300 mil para o mercado externo. Três anos depois, em 1980, a emissora anunciou um lucro anual médio entre US\$1,5 e US\$2 milhões (JAPIASSU, 1980).

Os anos de 1964 até 1975 são marcados pelo fim do clima de improviso na TV e início da adoção de padrões de administração norte-americanos e de produção de programação, o que tornou a TV cada vez mais profissional (MATTOS, 2002). Essa nova postura profissional estava alinhada a expansão do capitalismo brasileiro, e teve em sua linha de frente a Rede Globo, começando a ganhar a concorrência pela audiência baseando-se no sucesso das novelas radiofônicas (CAPARELLI, 1982). No final dos anos 1960, direcionando sua programação para as camadas mais baixas, a Globo desponta na audiência. A partir de 1969 a emissora se consolida como Rede Nacional, quando seus programas, como telenovelas, programas de concursos e filmes importados dos EUA, passaram a ser transmitidos através de microondas para várias cidades (MATTOS, 2002). A Rede Globo também importou estratégias comerciais, importantes para o seu sucesso, criando patrocínios, vinhetas de passagem, *breaks* e outras inovações (FURTADO, 1988). Tais ações obtiveram êxito, sendo possível afirmar que “o movimento dos índices de audiência alcançados pela programação da Globo sugere, para o período entre o final dos anos 1960 e o final dos anos 1980, a existência de um cenário de quase monopólio” (BORELLI & PRIOLLI, 2000, p.20).

## **A CENSURA, O PODER DO ESTADO E A MASSIFICAÇÃO NAS TRANSMISSÕES TELEVISIVAS**

Desde o início das transmissões da TV, sua penetração em potencial nas

camadas da sociedade já sinalizava seu importante fator influenciador. Se embora no início o governo se limitava a alocar frequências, conceder licenças, exercer a censura de programas, e emitir considerações e recomendações sobre o conteúdo, focando aspectos tecnológicos da televisão, é a partir de 1970, com o governo do presidente Médici (1969-1974), que o Estado passa a se preocupar diretamente com o conteúdo dos veículos de comunicação (MATTOS, 2002) após decreto publicado em janeiro de 1970. A TV era vista também como uma forma de poder, preocupação expressada em 1974 pelo então ministro das Comunicações, Euclides Quandt de Oliveira. Segundo Camargo & Pinto (1975), Euclides argumentou que devido ao poder da TV de penetração e de persuasão, ela não poderia ser tratada como os demais veículos de massa existentes na época, devendo ser tratada a partir de perspectivas como possuidora de um alto grau de responsabilidade no que diz respeito à cultura, educação e aos esforços para o desenvolvimento nacional. Mattos (2002) cita que nos telejornais da época era exercido controle rígido no sentido de aliviar o real quadro da situação vivida no país ao ponto do presidente Médici declarar-se “feliz ao ligar a televisão toda noite (...) e ver notícias do Brasil marchando em paz, rumo ao desenvolvimento, enquanto as notícias dão conta de greves, agitações e conflitos em várias partes do mundo” (MATTOS, 2002, p.104).

Durante o período de 1968 a 1978 os veículos de comunicação de massa operaram sob censura, sendo difícil transmitir qualquer coisa de importância (MOURA, 1979). A censura veio ao fim após o presidente Geisel revogar o Ato Institucional nº5 – AI-5. Tais atos permitiram, durante os governos militares, ampliar o controle sobre os veículos de comunicação (MATTOS, 2002). O AI-5, de 13 de dezembro de 1968, concedia ao Poder Executivo Federal o direito de censurar os veículos de comunicação (MATTOS, 1996).

No período compreendido entre Médici e Geisel, de 1964 a 1979, a televisão brasileira foi diretamente influenciada pelo governo, que, além de promover o desenvolvimento técnico, começou a se preocupar também com o conteúdo dos programas. Nesse período, o Ato Institucional nº 5 (...), foi intensamente usado para cassar mandatos eletivos, para suspender o habeas corpus, para decretar intervenções federais sem qualquer salvaguarda constitucional etc. Também uma forte censura foi imposta aos meios de comunicação social, principalmente às emissoras de televisão e rádio (MATTOS, 2002, p. 36).

Este conturbado período de censura foi marcado na TV como a época em que houve a padronização da programação televisiva em todo o país e a solidificação do conceito de rede de televisão. Tanto a publicidade quanto o governo tiveram participação efetiva, influenciando direta e indiretamente o desenvolvimento da televisão, que se transformou no maior e mais importante veículo publicitário do país (MATTOS, 2002). Ainda de acordo com o autor, no que compreende os resultados destas ações do governo, é possível dizer que, no Brasil, a curto e longo prazo: “as ações do regime militar para manter a ordem e a segurança e promover o progresso e modernização (...) contribuíram direta e indiretamente para o desenvolvimento da televisão” (MATTOS, 2002, p.36).

Em um novo e democrático momento da televisão brasileira, de 1985 a 1990, este meio de comunicação enfrenta a transição do regime militar para o civil com a promulgação da nova Constituição, em 1988. Esse documento traz um artigo legitimador dos direitos livres para a comunicação: em seu artigo 220 afirma que a manifestação do pensamento não sofrerá qualquer restrição, sendo vedada totalmente, de acordo com o parágrafo 1º e 2º, a censura (MATTOS, 2002). A Constituição traz ainda, no artigo 221, que as emissoras devem procurar a produção de programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, estimulando a produção independente, promovendo a cultura nacional e regional.

A televisão no Brasil, de transmissão terrestre, generalista, que se desenvolveu com investimentos estrangeiros em publicidade e dos interesses do poder do Estado, está presente em 95,2% dos municípios brasileiros, mais do que instrumentos de suma importância para a cultura, como as bibliotecas, presentes em 89,1%, de acordo com o IBGE<sup>1</sup>. Essa porcentagem representa um país que, literalmente, se vê na televisão. Nela, perfis, cultura, informação, entretenimento e comoção são repartidos entre todos, independentemente de classe social, cor ou credo. A importância que este veículo adquire pelo potencial de penetração é grande, uma vez que cria um estado de coletividade que une, mesmo que pela grade de programação preestabelecida, todos os cidadãos do Brasil, das mais diversas classes econômicas, tipos sociais e formação

---

<sup>1</sup> Disponível em:  
[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=980](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=980). Acesso em:  
13/02/2009.



cultural. Este fato é reforçado pelo contexto do desenvolvimento histórico do dispositivo televisivo:

A TV aberta estabeleceu o hábito de reunir toda a família para assistir a programas, principalmente no horário nobre, quando seus membros já estavam em casa. Com isso, as gerações foram se formando, no caso brasileiro, assistindo às novelas e aos telejornais noturnos, em especial os que eram apresentados entre as duas novelas, como o Jornal Nacional. A expressiva ampliação de vendas de televisores no período de 1994-1998 resultou no fato de que milhões de domicílios passaram a ter o seu primeiro aparelho já em contato com um novo contexto de produção televisual e novos hábitos de ver TV (BORELLI e PRIOLLI, 2000, p. 157).

Os objetivos da radiodifusão foram se delineando sob tutela política desde as primeiras transmissões. Ainda em 1931, o decreto 20.047 reconhece que “o serviço de radiodifusão é considerado de interesse nacional e de finalidade educacional” (BRASIL, 1931). A partir da década de 1930, a regulamentação do serviço de radiodifusão caracteriza-se pelo caráter reativo, incorporando direitos adquiridos pela iniciativa privada (GODOI, 2001). De acordo com Pieranti & Wimmer (2009) a finalidade educacional da radiodifusão do rádio e, depois, da televisão, seria reafirmada em todos os diplomas legais posteriores: em 1962 a lei 4.117 reafirmou essa finalidade e acrescentou, pelo artigo 38, as finalidades “culturais inerentes à radiodifusão, visando aos superiores interesses do País” (BRASIL, 1962). A Constituição Federal, pós AI-5, decretou em seu artigo 221 novas finalidades: a artística, cultural e informativa (PIERANTI & WIMMER, 2009).

Apenas mais recentemente, em 2003, com o advento da TV Digital, que conceitos abstratos como “segurança nacional” foram abandonados, sendo traduzidos em metas específicas:

O decreto 4.901, que formalmente introduziu o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre – SBTVD-T – em seu artigo 1º dá outra interpretação às finalidades estabelecidas para a radiodifusão a partir da década de 1930. Estabelece que o SBTVD-T tem como finalidade promover a inclusão social, a diversidade cultural, o idioma nacional, a democratização da informação e a criação de uma rede universal de educação a distância. A atribuição formal de novas finalidades ao sistema deixa claro, em um primeiro momento, que se espera que a radiodifusão brasileira seja um instrumento de transformação social. (...) O referido decreto abandona a subjetividade do conceito de “interesse nacional”, interpretado de formas diferentes ao longo das décadas, mas não descarta a importância da nacionalidade ao sistema (PIERANTI & WIMMER, 2009, p. 328).

Torna-se necessário, portanto, compreender que a reformulação para o sistema digital concentra-se em fatores comuns às televisões de maneira geral, necessária para a evolução do meio: a mudança técnica e sua multiplicação e diversificação de canais. Como acima citado por Pieranti & Wimmer (2009), a TV está em vias de profunda mudança política e sociais com a privatização e desvinculação do Estado; mudança econômica, com a constituição de grandes grupos; mudança de público, que exige cada vez mais imagens (WOLTON, 1994). Tem-se portanto, no presente momento, estratégias bem definidas para a implantação e desenvolvimento deste novo meio de comunicação que falaremos a seguir, mas cujo impacto nas camadas sociais ainda são desconhecidos.

## **A NOVA TELEVISÃO BRASILEIRA**

Temos no âmbito do audiovisual inovações técnicas, como a alta definição de som e imagem, reformulações no caráter político (PIERANTI & WIMMER, 2009), econômicos e de audiência que reconstituem, a todo o momento, na definição do espectador digital. Wolton (1994) ainda demonstra insegurança sobre os efeitos que as imagens causam, derivados das condições de sua recepção por um público anônimo: “A televisão é um *medium* de imagens muito particular, cujas condições de sua recepção por um público anônimo tornam mais incertas as condições de interpretação, difíceis de analisar na imagem animada” (WOLTON, 1994, p. 71). Ainda para Wolton (1994), são necessários estudos sobre os laços entre imagem e contexto social, e, de modo geral, sobre a imagem da televisão. “Por que razão se vê muitas vezes na imagem aquilo que escapa ao *socius* ou o que – e é a mesma coisa – o manipula?” (WOLTON, 1994, p. 78).

A parte às questões sociais e humanas que envolvem nosso ato de assistir televisão, de consumir o produto de todo o sistema televisivo, antigo ou atual, é possível observar o desenvolvimento de mais de 40 anos desde a transmissão por *link*, do *videotape* e as transmissões, ao vivo, e em cores, para que uma nova e emergente tecnologia fosse introduzida na radiodifusão: a digitalização do sinal, da imagem e do som, desde o processo de captação até o processo de recepção e de consumo com aparelhos televisores capazes de receber esses sinais binários. No Sistema Brasileiro de

Televisão Digital Terrestre – o SBTVD-T –, vemos projetada uma possibilidade de programação diferenciada, com públicos segmentados e não mais com a audiência familiar. Outra inovação para a televisão é a capacidade de comunicação ativa entre computadores através de uma enorme rede de telecomunicação, cuja infraestrutura ainda está em desenvolvimento.

A televisão digital, ou o Sistema Brasileiro de Televisão Digital –SBTVD – tem suas discussões iniciadas pelo decreto 4.901, de 26 de novembro de 2003 (BRITTOS e BOLAÑO, 2009). Três anos depois, em 2006, o decreto nº 5.820, de 29 de junho, estabeleceu como base o padrão de sinais dos Serviços Integrados de Radiodifusão Digital Terrestre – ISDB-T – que deve incorporar as inovações tecnológicas aprovadas pelo Comitê de Desenvolvimento do decreto 4.901. De acordo com o decreto 5.820, o SBTVD-T deve possibilitar a transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV), a transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil e a interatividade (BRASIL, 2006).

Os padrões para a TV digital fazem parte de tecnologias já desenvolvidas por diferentes países, que buscam aperfeiçoamento para o seu meio televisivo de acordo com necessidades culturais, políticas e sociais que têm. Tal desenvolvimento gera uma série de elementos novos. Cruz (2008) lembra que, apesar do jogo de palavras envolvendo as expressões “padrão”, “sistema” e “modelo”, há diferenças significativas entre elas. O autor lembra ainda que, algumas vezes, tais conceitos são embaralhados nas discussões quando utilizados de acordo com interesses particulares. Para esclarecimento, Cruz (2008) define as expressões:

O ATSC, o DVB e o ISDB são sistemas diferentes, cada um formado por um conjunto de padrões. Os sistemas podem ter padrões em comum. Os três adotam, por exemplo, o padrão MPEG-2 para vídeo e o MPEG para multiplexação de sinais. O DVB e o ISDB utilizam o padrão COFDM para modulação, para a transmissão dos sinais, enquanto o ATSC usa o 8-VSB. Já o modelo diz respeito a questões como: haverá alta definição? Haverá programação múltipla? Serão oferecidos serviços interativos? Quais? Haverá recepção móvel? (CRUZ, 2008, p. 100).

É importante ressaltar que a escolha do modelo transcende a questão tecnológica e diz mais respeito ao mercado em que será implementado e aos objetivos das políticas públicas (CRUZ, 2008). Brittos e Bolaños (2009) afirmam que os objetivos

do SBTVD-T, quando decretados, em 2003, eram ousados pelas características que sua implantação delinear. Esses objetivos ousados eram: promover a inclusão social, a diversidade cultural do País e a língua portuguesa por meio do acesso à tecnologia digital, visando à democratização da informação ao mesmo tempo em que garanta a gradual adesão de usuários a custos compatíveis com a sua renda. Juntamente a estes objetivos, o SBTVD-T deveria, ainda, estabelecer ações e modelos de negócios adequados à realidade econômica e empresarial do país, incentivando a indústria regional e local na produção de instrumentos e serviços digitais (BRASIL, 2003).

Após o processo de estudo para a implementação do sistema e televisão digital no Brasil, a escolha do sistema a ser adotado no país obteve decisão do então presidente Luís Inácio Lula da Silva, em 26 de julho de 2006, por meio do Decreto nº5.820, apoiado na análise realizada pelo Comitê de Desenvolvimento do SBTVD-T. O modelo adotado levou em consideração estudos técnicos-econômicos de viabilidade das tecnologias consideradas, trazendo, ainda, análises de pontos fortes e fracos, tanto tecnológicos quanto econômicos (FILHO, 2007). De acordo com Filho (2007), a implantação do SBTVD-T traz entre seus recursos e potencialidades à população brasileira uma melhora significativa na qualidade de imagem em definição igual ou superior à de DVD, acesso a serviços via controle remoto da TV, como comunicação direta com órgãos do governo, acesso às consultas do Sistema Único de Saúde, verificação de dados da Previdência, programa de educação à distância, treinamentos diferenciados entre outros.

A televisão digital é uma nova plataforma de comunicação, cujos impactos sociais não são definidos. Na época em que o Decreto 4.901 foi publicado, o então Ministro de Estado das Comunicações, Miro Teixeira (2003), argumentou que a televisão digital não é apenas uma evolução tecnológica da televisão analógica, mas sim uma nova plataforma de comunicação, cujos impactos na sociedade ainda se delineiam. Teixeira (2003) ainda admite que a escolha de um padrão para o sistema de televisão digital brasileiro deve ser buscado a partir das efetivas necessidades da sociedade. Com o estabelecimento do sistema digital, pode-se haver toda uma mudança, seja técnica, seja contéudística deste meio. A questão da alta definição no Brasil também está muito intimamente ligada ao desenvolvimento e à postura política na implantação da TVD. A

razão disso é retratada pela visão do Observatório do Direito à Comunicação<sup>2</sup>:

Se concretizada a ausência da interatividade na TV digital, os radiodifusores vencem mais uma batalha, tornando a TV digital o mais parecida possível com a televisão analógica e evitando que, com o processo de convergência, eles passem a sofrer a concorrência de outros serviços que também disponibilizam programação audiovisual. Por isso reforçam a questão da alta definição, mas desqualificam a multiprogramação e postergam a interatividade.

A multiprogramação é outro potencial que o sistema digital de transmissão terrestre prevê. Ela significa, grosso modo, multiplicar por cinco cada um dos canais existentes hoje, prerrogativa eliminada se se for aplicar a transmissão de imagens em alta definição, que ocupa quase a totalidade do espectro eletromagnético necessário para a transmissão da multiprogramação. Concluindo, as possibilidades são muitas, assim como vultuosas e dispendiosas são as cifras necessárias para a implementação de um sistema terrestre totalmente digital. Segundo Squirra (2007), estima-se que deverão ser trocados os equipamentos de cerca de 500 geradoras de sinais televisivos e substituídas cerca de 8 mil antenas retransmissoras, um investimento aproximado de 1,6 bilhão de dólares. De acordo com estimativas de especialistas, em dez anos de transição da TV analógica para a digital, os investimentos podem alcançar 100 bilhões de dólares (SQUIRRA, 2007). Tais investimentos justificam os resultados potenciais favoráveis à massa, com uma programação variada, melhor qualidade de sinal, e possibilidades de serviços voltados à sociedade ainda sequer aplicados pela Internet. Nasce uma nova telinha.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, M. S. **Televisão Digital**. São Paulo: Ed. Érica, 2007.

BOLAÑO, C. R. S; BRITTOS, V. C. **A televisão brasileira na era digital**. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. **Televisão Digital, convergência e transição tecnológica no Brasil**. In:

---

<sup>2</sup> **Transmissões começam sem oferta de recursos interativos**. Observatório do Direito à Comunicação – TV Digital, São Paulo, jun. 2007.  
<[http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com\\_content&task=view&id=634&Itemid=1](http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=634&Itemid=1)> Acesso em: 05 jun. 09.

Televisão digital: desafios para a comunicação. Porto Alegre: Editora Sulinas, 2009.

BRASIL. **Decreto nº 20.047, de 27 de maio de 1931**. Regula a execução de serviços de radiocomunicações no território nacional. **Coleção de leis do Brasil**, Rio de Janeiro, DF, 31. dez. 1931. Disponível em <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 06/03/2007.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 5.820, de 29 de abril de 2006**. Dispõe sobre a implementação do SBTVD-T e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm)>. Acesso em: 20 mar. 2011.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 4117, de 27 de agost. de 1962**. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 05. out. 1962. Disponível em <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em 06/06/2004.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 4.901, de 26 de nov. de 2006**. Dispõe sobre a instituição do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) e dá outras providências. Disponível em: <[http://sbtvd.cpqd.com.br/downloads/decreto\\_4901\\_2003.pdf](http://sbtvd.cpqd.com.br/downloads/decreto_4901_2003.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2011.

BRITTO, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Televisão Digital, convergência e transição tecnológica no Brasil**. In: Televisão Digital: desafios para a comunicação. Porto Alegre: Ed. Meridional, 2009.

CAMARGO, Nely; PINTO, Virgílio B. Noya. **Communication polices in Brazil**. Paris, Unesco Press, 1975.

CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre, L&M, 1982.

CRUZ, Renato. TV digital no Brasil. São Paulo, ed. Senac, 2008.

FILHO, André Barbosa. **A televisão digital no Brasil: do sonho à realidade**. In: Comunicação & Sociedade – TV Digital Interativa. São Paulo, ed. Metodista, 2007.

GODOI, Guilherme Canela de Souza. Históricos e perspectivas: uma análise da Legislação e dos Projetos de Lei sobre radiodifusão no Brasil. Cadernos de CEAM: **As relações entre mídia e política**, Brasília, ano 2, n.6, 2001.

ISO: Information Technology – Generic coding of moving pictures and associated audio information Systems. ISO/IEC 13818-1. MPEG Meeting, dez. 2000.

ISO/IEC 13818-1 (2000). **International Organization for Standardization/International Eletrotecnical committee**, “Information Technology – Generic coding of moving pictures and associated audio information – Part 1: Systems”, ISO/IEC 13818-1.

JOPIASSU, Moacir. **Globo multinacional**. São Paulo, Istoé, 29 de out. 1980, p. 60-62.

LORÊDO, J. **Era uma vez... a televisão**. São Paulo:Alegro, 2000.

MACHADO, A. **Arte do vídeo**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1995.

MATTOS, Sèrgio. **História da televisão brasileira**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_, Domestic and foreign advertising in television and mass media Growth: A case study of Brazil. Austin, Texas: The University of Texas [tese de doutorado], 1982a.

\_\_\_\_\_, **Advertising and government influences: the case of Brazilian Television**. Communication Research, v. 11, n.2, p. 203-220, abril, 1984.

\_\_\_\_\_, **Um perfil da TV brasileira – 40 anos de história: 1950-1990**. Salvador: Associação Brasileira de Agências de propaganda/Capítulo Bahia e A Tarde, 1990.

\_\_\_\_\_, **O controle dos meios de comunicação**. Salvador: EDUFBA, 1996.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

MOURA, Clovis. **Climate of terror**. In: index of censorship: Brazil, v. 8, n. 4, p. 8-10., jul./ago, 1979.

MUNIZ, S. **A máquina de narciso**. São Paulo: Ed. Cortez, 1994.

PIERANTI, Octavio Penna; WIMMER, Mirian. **Revisando a televisão: definições, desafios e novos caminhos em tempos de digitalização**. In: Televisão Digital, desafios para a comunicação. Porto Alegre, ed. Sulinas, 2009.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. Petrópolis: Vozes, 1977.

SQUIRRA, S; FECHINE, Y. (orgs). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

SQUIRRA, Sebastião. Contextualizando a TV Digital. In: **Comunicação & Sociedade**, ano 29, nº 48, 2007.

TEIXEIRA, Miro. Exposição dos motivos do decreto lei nº 4.901, de 26 de nov. de 2003. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/tv-digital/exposicao-de-motivos-do-decreto-que-institui-o>>. Acesso em 22 de abr. de 2011.

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO. **TV Digital Interativa**. São Paulo: Ed. Metodista, 2007.

VEJA, 1970. 23 de setembro, edição 107.

WOLTON, D. **Elogio do grande público**. Coimbra: Edições ASA, 1994.