

MATTOS, Sérgio. A evolução histórica da Televisão Brasileira. In VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; e COUTINHO, Iluska. **60 Anos de Telejornalismo no Brasil – História, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010, pp. 23-55. (Livro com 280 páginas. ISBN -978-85-7474-518-3).

A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA TELEVISÃO BRASILEIRA

Sérgio Mattos

A televisão brasileira foi inaugurada oficialmente no dia 18 de setembro de 1950, em estúdios precariamente instalados em São Paulo, graças ao pioneirismo de Assis Chateaubriand. A *TV Tupi-Difusora* surgiu numa época em que o rádio era o veículo de comunicação mais popular do país. Ao contrário da televisão norte-americana, que se desenvolveu apoiando-se na forte indústria cinematográfica, a brasileira teve de se submeter à influência do rádio, utilizando sua estrutura, formato, seus técnicos e artistas.

No entanto, a televisão começou a ser implantada em fevereiro de 1949, quando Chateaubriand adquiriu junto à empresa americana RCA Victor, cerca de 30 toneladas de equipamentos necessários para montar uma emissora, e nomeou quatro diretores responsáveis pela implantação da mesma: Dermival Costa Lima, coordenador do projeto, Mário Alderighi, Cassiano Gabus Mendes e o maestro francês Georges Henry. Dois anos antes da instalação da *TV Tupi* de São Paulo, os Diários Associados passaram a desenvolver uma estratégia visando não apenas treinar os seus radioatores para o novo veículo, como também para popularizar a imagem dos artistas. Alguns meses antes da *Tupi* ser inaugurada, todos os jornais e revistas dos Associados passaram a divulgar que estava para chegar a televisão ou o “cinema a domicílio”, como explicavam aos leitores o que seria aquele novo símbolo de modernidade (JÚNIOR, 1998).

Desde o seu início, a televisão brasileira tem algumas características: todas as 403 geradoras (emissoras comerciais), as 23 emissoras da rede educativa e mais de 12 mil retransmissoras em funcionamento, de acordo com dados até julho de 2009, estão sediadas em áreas urbanas. O controle acionário das emissoras, orientadas para o lucro, está concentrado nas mãos de uns poucos grupos familiares, com exceção das emissoras estatais. O modelo de radiodifusão brasileiro, tradicionalmente privado, evoluiu para o que

se pode chamar de um sistema misto, onde o Estado ocupa os vazios deixados pela livre iniciativa, operando canais destinados a programas educativos.

O crescimento inicial da televisão, a partir de 1950, pode ser atribuído ao favoritismo político, o qual concedia licenças para exploração de canais sem um plano pré-estabelecido (MARQUES DE MELO, 1975:37). Mas a proliferação de estações de televisão começou antes do golpe militar de 1964, durante a administração do presidente Juscelino Kubitschek (1956-1961). Depois do estabelecimento do Ministério das Comunicações, em 1967, o processo de concessão de licenças passou a levar em conta não apenas as necessidades nacionais, mas também os objetivos do Conselho Segurança Nacional, de promover o desenvolvimento e a integração nacional. Entretanto, o favoritismo político nas concessões de canais de TV prolongou-se até o governo da Nova República, de José Sarney.

O sistema brasileiro de radiodifusão é considerado um serviço público e as empresas que o integram sempre estiveram sob controle governamental direto, uma vez que o Executivo era quem detinha, até 5 de outubro de 1988, data da promulgação da Constituição brasileira em vigor, o direito de conceder e cassar licença e permissão para uso de frequências de rádio ou televisão. O Capítulo da Comunicação Social da Constituição de 1988 estabeleceu novas normas e diretrizes para a concessão de emissoras de rádio e televisão, anulando os critérios casuísticos utilizados até então.

O Estado continua a exercer um forte controle sobre a indústria cultural brasileira, em parte devido à dependência dos veículos de massa em relação aos subsídios oficiais. O modelo brasileiro de televisão, além de ser dependente da importação de *software* e *hardware*, também depende do suporte publicitário, sua principal fonte de receita. Historicamente, o veículo televisão tem absorvido sempre uma média entre 50 a 60% do total do bolo publicitário brasileiro. A televisão segue, portanto, o modelo do desenvolvimento dependente. Ela é dependente cultural, econômica, política e tecnologicamente (MATTOS, 1982a).

Como no seu início a televisão não atingia uma grande audiência, também não conseguia atrair os anunciantes. Mas, as agências de publicidade estrangeiras, instaladas no Brasil, e que já possuíam experiência com esse veículo em seus países de origem, logo começaram a utilizar a televisão como veículo publicitário, passando a decidir, também, o

conteúdo dos programas. Nos primeiros anos, os patrocinadores determinavam os programas que deveriam ser produzidos e veiculados, além de contratar diretamente os artistas e produtores. “A novelista Glória Magadan, assim como o Bôni (José Bonifácio de Oliveira Sobrinho), da Rede Globo, por exemplo, eram contratados da Colgate-Palmolive, através da agência Lintas. O patrocinador decidia sobre todos os aspectos e à emissora restava a tarefa de ceder estúdios e equipamentos e pôr o programa no ar” (PRIOLLI, 1985).

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”.

No Brasil, ao longo da história da televisão, o governo se tornou o maior anunciante individual, nos níveis federal, estadual e municipal. O mais importante grupo de anunciantes é o formado pelas empresas multinacionais, que veiculam entre 60 a 95% de seus gastos publicitários na televisão (MATTOS, 1982b; 1984). Dos oito mais importantes anunciantes da televisão em 1980, seis eram empresas multinacionais como, Gessy Lever, Nestlé e Johnson & Johnson, um banco oficial e duas companhias privadas nacionais.

O governo brasileiro sempre esteve entre os maiores anunciantes do país, em consequência, aumentando sua influência sobre os veículos. No ano de 1996, a título de exemplo, o governo federal se constituiu no maior anunciante do país. O orçamento para campanhas publicitárias foi, somente na administração direta, de R\$ 112 milhões, sem contar com os programas educativos do Ministério da Educação, no total aproximado de R\$ 23 milhões e mais R\$ 5,5 milhões a cargo do Itamaraty para promoção do país no exterior. Dados de 1994 já davam uma noção de quanto as estatais gastavam em publicidade. Naquele ano, a Telebrás investiu R\$ 67 milhões em publicidade, ficando atrás apenas da Gessy Lever que alocou R\$ 104 milhões, da Brahma, com R\$ 75 milhões, e da Coca-Cola, que investiu R\$ 74 milhões.

A crise financeira que atingiu o país entre os anos de 2000 e 2002 acabou resvalando na mídia. No balanço publicado em 31 de março de 2002, por exemplo, ficou explícito o tamanho da dívida externa das Organizações Globo: 2,63 bilhões de dólares, dos

quais 2,2 bilhões de dólares, 84% do total, em moeda estrangeira. O grupo teve um prejuízo de 547,5 milhões de dólares, em 2001, atribuído a perdas financeiras e à forte retração do mercado publicitário (MATTOS, 2005).

AS FASES DO DESENVOLVIMENTO DA TV NO BRASIL

Com o objetivo de apresentar um perfil da televisão brasileira, apresentamos, a seguir, sua evolução dividida em sete fases. Cada fase corresponde a um período definido a partir de acontecimentos que servem como ponto de referência para o seu início. O estabelecimento de cada fase levou em conta o desenvolvimento da televisão dentro do contexto socioeconômico, político e cultural do país. Assim, temos: 1) **A fase elitista (1950-1964)**, quando o televisor era considerado um luxo ao qual apenas a elite tinha acesso; 2) **A fase populista (1964-1975)** quando a televisão era considerada um exemplo de modernidade e programas de auditório e de baixo nível tomavam grande parte da programação; 3) **A fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985)** quando as redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir, com profissionalismo, os seus próprios programas com estímulo de órgãos oficiais, visando a exportação; 4) **A fase da transição e da expansão internacional (1985-1990)**, durante a Nova República, quando se intensificam as exportações de programas; 5) **A fase da globalização e da TV Paga (1990-2000)**, quando o país busca a modernidade a qualquer custo e a televisão se adapta aos novos rumos da redemocratização; 6) **A fase convergência e da qualidade digital (2000-2010)**, com a tecnologia apontando para uma interatividade cada vez maior dos veículos de comunicação, principalmente a televisão, com a Internet e outras tecnologias da informação. Nessa fase é adotado o sistema de Televisão Digital do país e iniciado sua implantação até a substituição total do sistema analógico que deve ocorrer até o ano de 2016; e. 7) **A fase da portabilidade, mobilidade e Interatividade digital (2010 -)**, quando o mercado de comunicação e o modelo de negócio vão se reestruturar, devido ao espaço ocupado pelas novas mídias.

A FASE ELITISTA (1950-1964)

As primeiras imagens da televisão brasileira foram transmitidas no dia 18 de setembro de 1950, em São Paulo, pela *TV Tupi*, canal 3, que se constitui na primeira

estação de televisão da América do Sul. Pouco tempo antes da inauguração da *TV Tupi*, o técnico americano Walther Obermüller, responsável pela instalação dos equipamentos RCA Victor, constatou que não havia um único televisor em São Paulo para captar as imagens a serem transmitidas. Informado das preocupações do americano e sabedor de que nem o presidente da República seria capaz de reduzir o prazo dos tramites normais estabelecidos pela burocracia para que 200 televisores fossem importados, Assis Chateaubriand ordenou que os mesmos fossem providenciados através de contrabando (MATTOS, 1982, 2009; JÚNIOR, 1998). E dessa forma a *Tupi* instalou televisores em lojas e bares da cidade, além do saguão dos Diários Associados, onde uma multidão ficou esperando para ver a novidade.

As improvisações e o famoso “jeitinho brasileiro” marcaram o início de nossa televisão. Uma confusão tomou conta da emissora no dia estréia devido à queima de uma das três câmeras, o que provocou um atraso de 90 minutos para o início das transmissões. A primeira transmissão foi feita com a orquestra do maestro Georges Henry, executando “Cisne Branco”, de Antônio Manoel do Espírito Santo e Benedito Macedo. Constava da programação inicial a transmissão da cerimônia de benção e batismo dos estúdios, além de esquetes, até o encerramento, às 21 horas com um show de Hebe Camargo, que cantaria a “Canção da TV”, composta por Guilherme de Almeida. Hebe ficou repentinamente rouca, tendo sido substituída por Lolita Rodrigues e Vilma Bentivegna.

No ano de 1951 foi iniciada no país a fabricação de televisores da marca Invictus, fato este que veio facilitar o acompanhamento, ainda no mesmo ano, dos capítulos da primeira telenovela brasileira: “Sua vida me pertence”, escrita por Walter Foster e transmitida, no período de 21 de dezembro de 1951 a 15 de fevereiro de 1952, em dois capítulos semanais devido à falta de condições técnicas (o videoteipe só surgiu na década seguinte).

Em 1952, um dos mais famosos telejornais da televisão brasileira foi ao ar pela primeira vez, com o nome de seu patrocinador, a Esso. O “Repórter Esso” foi adaptado pela *Tupi Rio* de um radiojornal de grande sucesso transmitido pela *United Press International (UPI)*, sob a responsabilidade de uma agência de publicidade que entregava o programa pronto. “A *TV Tupi* limitava-se a colocá-lo no ar. A agência usava muito mais material

internacional, filmes importados da *UPI* e da *CBS* (agências fornecedoras de serviços de filmes), do que material nacional” (NOGUEIRA, 1988:86).

O programa tinha características particulares: um apresentador exclusivo e o patrocínio de uma única empresa. O “Repórter Esso” ia ao ar com informações produzidas e controladas por uma agência de publicidade, a quem competia fazer todo tipo de observação em relação ao programa. Tido como um marco do telejornalismo brasileiro, sua experiência vitoriosa foi repetida em todas as emissoras inauguradas por Assis Chateaubriand. O telejornalismo foi implantado na televisão brasileira dois dias após a inauguração da primeira emissora. O “Repórter Esso” foi veiculado pela primeira vez no dia 1º de abril de 1952, permanecendo no ar até o dia 31 de dezembro de 1970, época em que os anunciantes passaram a comprar espaços entre os programas em vez de patrocinar o programa como um todo.

Muitos anos foram necessários para que um esquema empresarial como o da *Globo* fosse implantado, facilitando o desenvolvimento da indústria televisiva como hoje a conhecemos. Entretanto, a *TV Excelsior*, fundada em 1959 e cassada em 1970, é considerada como tendo sido a primeira emissora a ser administrada dentro dos padrões empresariais de hoje. A *Excelsior* foi responsável pela produção da primeira telenovela em capítulos diários e também da telenovela mais longa da história – “Redenção” –, com um total de 596 capítulos. Investindo na contratação dos mais talentosos profissionais da época, a *Excelsior* foi a emissora que primeiro criou vinhetas de passagem nos intervalos comerciais (FURTADO, 1988:62).

Ao final da década de cinquenta já existiam dez emissoras de televisão em funcionamento e, em 1962, o Código Brasileiro de Telecomunicações, Lei nº 4.117, foi instituído, constituindo-se em grande avanço para o setor, pois, além de amenizar as sanções, dava maiores garantias às concessionárias. O Código inovou na conceituação jurídica das concessões de rádio e televisão, mas pecou em continuar atribuindo ao executivo o poder de julgar e decidir, unilateralmente, a aplicação de sanções ou a renovação de concessões.

Também em 1962 foi ao ar o “Jornal de Vanguarda”, idealizado por Fernando Barbosa Lima, que se constitui em outro marco significativo na história do telejornalismo brasileiro. Ele foi inovador por ter instituído a participação de jornalistas, a exemplo de

Vilas Boas Corrêa, Newton Carlos e Cid Moreira, em programas televisivos. O “Jornal de Vanguarda”, mesmo tendo sido premiado na Espanha como um dos melhores jornais de informação do mundo, não conseguiu sobreviver após o golpe de 1964, quando foi retirado do ar. Seu modelo, contudo, foi copiado por várias outras emissoras.

No início da década de sessenta, a televisão recebeu um grande impulso com a chegada do videoteipe. O uso do VT possibilitou não somente as 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.

Foi nessa época que a *TV Record*, fundada em 1953, viveu o seu período de ouro com os programas musicais e o sucesso dos festivais de música, que revelaram os cantores e compositores que ainda hoje dominam a música popular brasileira. A *TV Record* chegou a ocupar o primeiro lugar entre as emissoras de maior audiência no país (FURTADO, 1988:62) até que, devido a uma série de incêndios ocorridos entre 1968 e 1969, entrou em decadência.

Em 1963 foi promulgado decreto que regulamentou a programação ao vivo. No ano seguinte, 1964, que marca o início da segunda fase do desenvolvimento da televisão, os brasileiros presenciaram o golpe militar e acompanharam aquela que viria a ser a mais famosa de todas as novelas já transmitidas: “O Direito de Nascer”. Em síntese, pode-se dizer que nessa primeira fase, a televisão caracterizou-se, principalmente, pela formação do oligopólio dos Diários Associados e pelo fato de, até 1959, todos os programas veiculados serem produzidos, exclusivamente, nas regiões onde estavam instaladas as emissoras.

A FASE POPULISTA (1964-1975)

O golpe de 1964 afetou diretamente os meios de comunicação de massa porque o sistema político e a situação socioeconômica do país foram totalmente modificados pela definição e adoção de um modelo econômico para o desenvolvimento nacional. O crescimento foi centrado na rápida industrialização, com tecnologia e capital externos, e baseado no tripé formado pelas empresas estatais, empresas privadas nacionais e corporações multinacionais. Os veículos de comunicação de massa, principalmente a

televisão, passaram a exercer o papel de difusores não apenas da ideologia do regime como também da produção de bens duráveis e não-duráveis.

Durante os governos militares (1964-1985), o Estado exerceu papel decisivo no desenvolvimento e regulamentação dos meios de massa e em particular dos meios de transmissão, estabelecendo leis e agências reguladoras e adotando novas tecnologias no sistema nacional de telecomunicações. Foram instaladas as estações terrestres de satélites, ampliado o sistema telefônico e implantadas as linhas de micro-ondas, possibilitando a transmissão de TV em todo o território nacional (MATTOS, 1982b).

A criação do Ministério das Comunicações, em 1967, contribuiu para a implantação de importantes mudanças estruturais no setor das telecomunicações, como também para a redução da interferência de organizações privadas sobre as agências reguladoras, reforçando a influência oficial no setor. Isso facilitou a ingerência política nos meios de comunicação, evidenciada até mesmo nos conteúdos veiculados e sempre sob a justificativa de um controle técnico (MATTOS, 1985; 1996).

As decisões políticas e a censura ideológica adotadas pelos governantes pós-1964 contribuíram para o baixo nível da produção local de programas de televisão durante os anos sessenta, cujo conteúdo era popularesco, chegando às raias do grotesco. Ironicamente, isso acontecia na mesma época em que o cinema nacional, com a experiência do Cinema Novo e Glauber Rocha, seu maior expoente, amadureciam. Não havia espaço na televisão para a cinematografia nacional devido aos temas dos filmes, censurados por motivos ideológicos. Mattos (1982a) evidencia que a exibição de programas “enlatados” atingiu seu mais alto índice, chegando a 50% da programação, nos primeiros seis anos do golpe militar, quando o governo adotou uma série de medidas econômicas para promover o desenvolvimento. Convenientemente, os “enlatados” estrangeiros eram mais baratos e não causavam transtornos com a censura vigente.

Durante os 21 anos de regime militar (1964-1985), o financiamento dos meios de comunicação de massa foi uma forma poderosa de controle estatal, uma vez que todos os bancos são dirigidos ou supervisionados diretamente pelo governo. A concessão de licenças para importação de materiais e equipamentos e o provisionamento, por parte do governo, de subsídios para cada importação favoreceram os veículos que apoiaram as políticas governamentais. De 1964 a 1988, a concessão de licenças para exploração de frequências

reforçou o controle exercido pelo Estado, pelo simples fato de que tais permissões só eram concedidas a grupos que originalmente apoiaram as ações adotadas pelo regime (MATTOS, 1996).

No ano de 1967, fundamentado no Ato Institucional nº 4, o governo militar, através do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro, promoveu modificações no Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117/62), estabelecendo novas normas para o exercício das concessões de canais de rádio e de televisão. Estabeleceu que pessoas jurídicas e estrangeiras não podiam participar da sociedade ou dirigir empresas de radiodifusão. Determinou, ainda, que a origem e montante dos recursos financeiros dos interessados em desfrutar de concessões deveriam ser aprovados. Por esse decreto, cada entidade só poderia obter concessão ou permissão para executar serviços de televisão no país num máximo de dez emissoras em todo o território nacional, limitado a cinco o total em VHF. Vale ressaltar que, após o Decreto No. 236/67 nenhuma modificação substancial foi promovida no regime jurídico da radiodifusão até o ano de 1988, quando a nova Constituição estabeleceu normas e diretrizes que anularam os critérios casuísticos utilizados até então.

No período compreendido entre 1968 e 1979, os veículos de comunicação operaram sob as restrições do Ato Institucional nº 5, o qual concedia ao Executivo federal o direito de censurar os veículos, além de estimular a prática da autocensura, evitando assim qualquer publicação ou transmissão que pudesse levá-los a ser enquadrados e processados na Lei de Segurança Nacional (MATTOS, 1985). Ironicamente, o desenvolvimento da televisão, principalmente da *TV Globo*, aconteceu durante esse período de restrições. Nesse período, o país iniciou a execução das obras de ampliação e modernização do sistema de telecomunicações, criando a infra-estrutura que permitiu o surgimento e expansão das redes de televisão, que passaram a ter abrangência nacional e influência na promoção e venda de bens de consumo.

A *Globo*, inaugurada em 26 de abril de 1965, chegou ao ano 2000 como a maior rede de televisão do Brasil. Inicialmente, a *TV Globo* teve o respaldo financeiro e técnico do grupo americano Time-Life. O envolvimento americano da *TV Globo* foi, subseqüentemente, eliminado, embora isso só viesse a acontecer depois que ela usufruiu das vantagens dos dólares e da experiência gerencial estrangeira (TUNSTALL, 1977:182). No final dos anos sessenta, a *Globo* já possuía larga audiência, pois havia direcionado sua

programação para as camadas sócio-econômicas mais baixas da população. Manteve essa política até 1973, consistindo sua programação então em telenovelas, programas de auditório e filmes importados dos Estados Unidos, que eram mais baratos que os produzidos no Brasil. A consolidação da TV Globo como Rede Nacional começou em 1969, quando passou a transmitir para várias cidades através de micro-ondas.

Em 1971, a *Rede Globo* deu outro passo pioneiro e decisivo para o seu sucesso, criando um departamento de pesquisa e análise, através do qual planejou a publicidade e adaptou programas para diferentes gostos, adequando cada um deles aos resultados das pesquisas sócio-culturais. Em 1972, com o estabelecimento da televisão colorida no país, a *Globo* consolidou de vez sua liderança no mercado. A *Globo* só inicia a busca da qualidade técnica de seus programas com o chamado “Padrão Globo”, a partir dos anos setenta.

O período de administração do Presidente Médici foi importante para o desenvolvimento da televisão brasileira porque nele foi estabelecido o Programa Nacional de Teleducação (Prontel), expandida a infra-estrutura dos serviços de telecomunicações, introduzida a televisão a cor e facilitado o crescimento da nova fonte de recursos da televisão proveniente das campanhas produzidas pelo “milagre econômico”. Foi também durante o governo Médici que os veículos de comunicação de massa foram submetidos à censura, que era praticada em nome do Conselho de Segurança Nacional a fim de manter a ordem, a paz social e o desenvolvimento nacional (MATTOS, 1996).

No final da década de sessenta, graças à inauguração da estação de rastreamento de Itaboraí, o país pôde assistir, via televisão, à descida do homem na Lua. No início da década de setenta, a construção da Rede Nacional de Televisão, da Embratel, forneceu o suporte necessário para que os programas chegassem a uma grande parte do território nacional e as redes passassem a ter características nacionais. Em 1972, a Festa da Uva, em Caxias do Sul, foi palco da primeira transmissão oficial a cores na televisão brasileira.

Nesta segunda fase, a televisão consolidou o gênero da telenovela, começou a centralização das produções e assumiu o perfil de veículo de audiência nacional, capaz de atrair uma grande parcela do bolo publicitário. Ainda nesta fase o jornalismo passou a ocupar mais espaço na televisão, enquanto os avanços no processo de revelação de filmes e a mobilidade das câmeras sonoras deram mais agilidade ao telejornalismo.

O período de 1964 a 1975 caracteriza-se como sendo a fase em que a televisão, abandona a improvisação dos anos cinquenta e adota os padrões de administração norte-americanos, tornando-se cada vez mais profissional. A implantação, na primeira metade da década de setenta, de um esquema empresarial industrial melhor estruturado, facilitou o surgimento dos grandes ídolos, adorados por milhares de telespectadores.

A FASE DO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO (1975-1985)

No governo de Emílio Médici (1969-1974), inúmeras pressões foram exercidas sobre as emissoras de televisão mediante punições com multas e até suspensão de alguns programas, como medida corretiva. Isso visando diminuir o que, oficialmente, foi justificado como uma “linha de agressão à sensibilidade e de grosseria”. A partir de então, a televisão começou a exibir programas de alta sofisticação técnica, gerados em cores e que atendiam plenamente ao tipo que o governo queria: uma televisão bonita e colorida, nos moldes do “Fantástico – O Show da Vida”.

Nos telejornais era exercido um controle tão rígido, no sentido de aliviar o quadro real da situação vivida no país que, em março de 1973, o presidente Médici fez a seguinte declaração: “Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranqüilizante após um dia de trabalho”.

Essa distorção era viabilizada pelos telejornais das emissoras estabelecidas em redes nacionais, o que, em 1974, com 43% dos domicílios existentes no país equipados com televisores, tornava a situação mais alienante.

Através do seu ministro das Comunicações, Quandt de Oliveira, o governo seguinte, de Ernesto Geisel, dirigiu inúmeras recomendações às emissoras e concessionárias de televisão. No dia 19 de novembro de 1974, por exemplo, durante palestra, em São Paulo, Quandt de Oliveira falou sobre o material “enlatado”: “57% da programação da televisão é importada e 43% é produzida por técnicos brasileiros. Destes 43%, 34% é de material estrangeiro, editado pelas emissoras brasileiras. Isto significa que, para 109 horas de uma semana de programação, apenas 31 são genuinamente brasileiras; as outras 78 são importadas” (CAMARGO & PINTO, 1975: 31).

No dia 18 de maio de 1977, o ministro proferiu palestra para diretores de emissoras, durante o IV Congresso de Telerradiodifusão do Centro-Oeste, quando criticou a excessiva violência na televisão. Como argumento, Quandt de Oliveira disse que seu ministério monitorou a violência em programas vespertinos durante um mês, em dois canais de televisão de Brasília. De acordo com noticiário veiculado no *Jornal do Brasil* do dia 20 de maio de 1977, o ministro anunciou que o Conselho Nacional de Comunicação fora reorganizado e poderia

[...] dedicar grande parte de sua atenção para o conteúdo transmitido pelas emissoras de rádio e de televisão, a fim de estabelecer normas e orientações relacionadas com o tópico violência. Não é intenção intervir na liberdade de escolha dos programas pelos homens de televisão, mas todos estes problemas serão discutidos pelo próprio conselho.

Lembrada continuamente das suas responsabilidades para com a cultura e o desenvolvimento nacional, a televisão começou a nacionalizar seus programas. Esse processo contou com o apoio do governo, que queria substituir a violência dos “enlatados” americanos por programas mais amenos. Tal apoio foi viabilizado através de créditos concedidos por bancos oficiais, isenções fiscais, co-produções de órgãos oficiais (*TV Educativa* e *Embrafilme*, entre outros) com emissoras comerciais, além da concentração da publicidade oficial em algumas emissoras (MATTOS, 1980, 1982b). Como resultado das orientações governamentais, iniciadas no governo Médici e continuadas no de Geisel, delineou-se o que seria a terceira fase de desenvolvimento da TV: as grandes redes, principalmente a *Globo*, começaram a competir no mercado internacional, exportando sua própria produção: novelas e musicais.

Em 1979 a *Rede Globo* divulgou que a maioria dos programas, produzidos por ela, estava atingindo os mais altos níveis de audiência em todo o país, principalmente aqueles exibidos no horário nobre, que já era preenchido com 95% de programas produzidos pela própria rede (*TV Globo Network*, 1979). Em 1965, por exemplo, os “enlatados” importados ocupavam 48% da programação exibida. Em 1977, essa participação caiu para 42%. No ano 2000, as atrações nacionais já ocupavam 85% do horário nobre das emissoras de

televisão abertas (PENHALVER, 2000). A meta atual dos canais é manter o índice de programas estrangeiros em torno de 30% da programação total, porcentagem que apresenta variações de uma rede para outra.

Em 1979, a *Globo* já estava exportando seus programas para mais de noventa países. O primeiro programa da *Rede Globo* que obteve receptividade no exterior foi a novela “O Bem Amado”, que foi vendida, já dublada em espanhol, a vários países latino-americanos e a Portugal, no original. Em 1977, o faturamento da *Globo* com vendas externas não chegou a US\$ 300 mil. Em 1980, depois de seis anos competindo no mercado internacional, a *Globo* anunciou que esse faturamento atingia a média anual entre US\$ 1,5 a US\$ 2 milhões (JAPIASSÚ, 1980:61). Em 1992 a *Globo Internacional* registrou um lucro de US\$ 6 milhões que foi revertido para o núcleo de produção de telenovelas. Antes de exportadas, as novelas da *Globo* são dubladas, sonorizadas e reeditadas para não ultrapassar 130 capítulos.

Nesta fase a *TV Globo* já não era a única rede brasileira a exportar programas. Embora em proporção menor, as outras também já estavam exportando, principalmente para países latino-americanos. Nesta fase de seu desenvolvimento, a televisão brasileira começou a ficar menos dependente tanto nos aspectos econômicos e tecnológicos como também dos produtores americanos. Apesar disso, permanece dependente do suporte publicitário, principalmente daquele advindo de agências e de anunciantes estrangeiros.

Além de ser dependente da publicidade, a indústria televisiva brasileira “permanece dependente da importação da tecnologia para transmissão e de equipamentos de produção” (STRAUBHAAR, 1981:360). Os resultados de uma pesquisa, realizada em 1978, apresentam dados suficientes para confirmar a dependência da tecnologia estrangeira. Os equipamentos básicos usados pelas emissoras brasileiras, em sua maioria eram importados dos Estados Unidos. Três quartos das 81 emissoras pesquisadas tinham importado seus equipamentos dos Estados Unidos, enquanto um terço vinha do Japão (MARQUES DE MELO, 1979: 169-170).

O crescimento da televisão brasileira nesta terceira fase pode ser medido através do número de residências equipadas com receptores de televisão. O censo nacional de 1980 constatou que 55% de um total de 26,4 milhões de residências já estavam equipadas com aparelhos de TV, um crescimento de 1.272% entre 1960 e 1980. Em 1989, segundo dados

da Abinee, existiam cerca de 20 milhões de televisores no país. Esses dados tornam-se ainda mais expressivos quando se sabe que 68,3% da população da época viviam em áreas urbanas, e que 73,1% das residências urbanas tinham televisores. De acordo com dados de 2007 do IBGE, 94% dos 56,3 milhões de domicílios estavam equipados com televisores. Em 2007, havia mais televisores do que geladeiras nas residências.

A terceira fase caracteriza-se pela padronização da programação televisiva em todo o país e pela solidificação do conceito de rede de televisão. Em 1980, o governo cassou a concessão de todos os canais da *Rede Tupi* (Diários Associados), dividindo-os entre os grupos Sílvio Santos e Adolfo Bloch. Em agosto de 1981, a rede de emissoras de televisão de Sílvio Santos, o *SBT – Sistema Brasileiro de Televisão* –, iniciou suas transmissões. Em 1982, começou um verdadeiro “boom” do videocassete doméstico e a expansão da produção independente de vídeo. Em 1983, entrou no ar a *Rede Manchete*, ao mesmo tempo em que os produtores independentes, como a *Abril Vídeo*, se solidificaram e começaram a preencher um espaço no mercado. Nesta fase foram outorgadas 83 concessões de canais de televisão, sendo 47 no governo Geisel e 36 no de Figueiredo.

Esta fase caracteriza-se, ainda, pelo fim da censura prévia aos noticiários e à programação da televisão, com a revogação do Ato Institucional nº 5, pelo presidente Ernesto Geisel, em 1978. No período de 1968 e 1979, o crescimento da televisão ocorreu com os veículos operando sob as restrições impostas pelo Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968 (MATTOS, 1996: 13).

No final desta terceira fase constata-se a existência de quatro redes comerciais operando em escala nacional (*Bandeirantes, Globo, Manchete e SBT*), duas regionais (*Record*, em São Paulo, e *Brasil Sul*, no Rio Grande do Sul) e uma rede estatal (*Educativa*). O último ano desta etapa, 1984, foi marcado pelo movimento das Diretas-Já, quando mais de um milhão de pessoas foram às ruas de São Paulo e do Rio de Janeiro com o objetivo de pressionar o governo pelo fim do regime de exceção e a realização de eleições.

A FASE DA TRANSIÇÃO E DA EXPANSÃO INTERNACIONAL (1985-1990)

Em 1985, a conjuntura política e a eleição de Tancredo Neves, presidente, e José Sarney, vice-presidente, ainda por via indireta, começavam a sinalizar o fim do regime militar. A população brasileira assistiu consternada a transmissão direta, via televisão, da

agonia de Tancredo Neves, que morreu às vésperas de sua posse. Então, o vice José Ribamar Sarney assumiu a presidência, dando início à Nova República e à quarta fase de desenvolvimento da nossa televisão.

O governo da Nova República também utilizou a mídia eletrônica para obter respaldo popular. Tanto a *Globo* como as demais redes de televisão continuaram a servir ao novo governo da mesma forma que serviram ao regime militar. Nesta fase, que se caracteriza pela transição do regime militar para o regime civil, as principais mudanças no setor das comunicações decorreram da promulgação, em 5 de outubro de 1988, da nova Constituição, que apresenta texto específico sobre comunicação social. No Artigo 220, a Carta afirma que a manifestação do pensamento não sofrerá qualquer restrição e veda, totalmente, a censura, impedindo, inclusive, a existência de qualquer dispositivo legal que “possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística, em qualquer veículo de comunicação social”. No parágrafo 5º desse artigo está a proibição de formação de monopólio ou oligopólio nos meios de comunicação social.

A Carta de 1988 também fixou normas para a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão. De acordo com o Artigo 221, as emissoras devem promover programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, procurando estimular a produção independente, visando a promoção da cultura nacional e regional. Outra inovação importante foi o texto do Artigo 222, que trata da propriedade dos veículos de comunicação, revogando as restrições da Constituição anterior, que limitavam a propriedade de empresas de comunicação a brasileiros natos.

A Constituição de 1988 abriu pequena brecha na legislação, permitindo que pessoas jurídicas brasileiras assumissem até 30% do capital de empresas de comunicação sem direito a voto. O Artigo 223 trata sobre a outorga e renovação de concessões, permissões e autorizações para utilização de canais de rádio ou televisão, estabelecendo normas e diretrizes que anularam o critério casuístico utilizado até então, efetivado a partir do favoritismo político. A proliferação de estações de TV começou durante a administração do presidente Juscelino Kubitschek, passou pelos governos militares e prolongou-se até o governo da Nova República, de José Sarney. A partir da promulgação da Constituição de 1988, o ato de outorga ou renovação da concessão de uma emissora passou a depender da aprovação do Congresso Nacional e não apenas da decisão pessoal do presidente ou do

ministro das comunicações. O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo de dez anos para emissora de rádio e de quinze para emissoras de televisão, passou a depender de decisão judicial.

Porém, antes da promulgação da Constituição houve um verdadeiro festival de concessões de canais de rádio e de televisão. No período de 1985 a 1988 foram outorgadas exatamente noventa concessões de canais de televisão, assim distribuídas: 22 em 1985; 14 em 1986; 12 em 1987 e 47 em 1988.

Nesta quarta fase, a televisão alcançou uma maior maturidade técnica e empresarial e passou a usar sua própria produção, reprisando sucessos para preencher horários, antes ocupados por “enlatados” estrangeiros. O potencial da influência da televisão pôde ser comprovado durante a campanha da primeira eleição presidencial pelo voto popular, que resultou na eleição de Fernando Collor de Mello. Durante a campanha, os partidos políticos usaram o horário gratuito na TV para divulgar suas propostas em peças produzidas por agências de publicidade. Os debates entre os candidatos na televisão atingiram os mais altos índices de audiência, influenciando decisivamente nos resultados. Pela primeira vez na história do país, foi possível acompanhar todo o processo eleitoral e os debates entre os candidatos, transmitidos ao vivo pela televisão. A manipulação das peças publicitárias e a edição dos debates na TV foram também objeto de estudos acadêmicos ao longo de toda a década de noventa. Vencido o pleito, Collor de Mello deu início a uma série de medidas, que ele dizia necessárias para a modernidade do país.

Dentro da reforma administrativa empreendida pelo Governo Collor de Mello, os 23 ministérios existentes foram reduzidos a 12, sendo que alguns foram extintos e outros transformados em secretarias. Este foi o caso do Ministério das Comunicações, transformado em Secretaria Nacional das Comunicações, integrada ao Ministério da Infra-Estrutura. As primeiras medidas adotadas no setor da radiodifusão foram, de certo modo, liberalizantes, uma vez que eliminaram os últimos resquícios da censura. Em agosto de 1990, o então Ministro Ozires Silva, da Infra-Estrutura, revogou portaria do extinto Ministério das Comunicações que atribuía ao Departamento Nacional de Telecomunicações (Dentel) poder para manter

[...] redobrada vigilância quanto ao conteúdo da programação de radiodifusão, especialmente no que se refere a ofensa à moral familiar e pública, incitamento à desobediência às leis ou decisões judiciais e colaboração na prática de rebeldia, desordem ou manifestações proibidas.

Observe-se que, depois de empossados, José Sarney, Fernando Collor de Mello, Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso, Luis Inácio Lula da Silva, da mesma maneira que os presidentes do regime militar, também fizeram uso da mídia eletrônica buscando respaldo para as medidas que adotaram, bem como distribuíram concessões de canais de TV e rádio.

A FASE DA GLOBALIZAÇÃO E DA TV PAGA (1990-2000)

Com a tendência de desenvolvimento global, na década de noventa começou-se a estabelecer as bases para o surgimento estruturado da televisão por assinatura, via cabo ou via satélite (BRITTOS, 2001), estruturada nos moldes americanos, e a se debater a televisão de alta definição. Também foi iniciada a busca de programas interativos, a exemplo de “Você Decide”, da *Rede Globo*. “Você Decide” estreou em 1992, tornando-se um sucesso imediato, pois o público participava, interferindo, através de votação por telefone ou em praça pública ao microfone da emissora, na escolha do desfecho das polêmicas histórias encenadas. Com o sucesso a *Globo* passou a exportar o formato e não o produto acabado.

Na década de noventa registrou-se os investimentos das redes nacionais em suas respectivas infra-estruturas, visando aumentar cada vez mais a produção e exportação de programas. No dia 2 de outubro de 1995, a *Rede Globo* de Televisão inaugurou o Projac, maior centro de produção da América Latina, construído em Jacarepaguá, no Rio de Janeiro. O Projac passou a abrigar todas as produções da *Globo*. Um ano depois, em agosto de 1996, o *SBT*, de Sílvio Santos, inaugurou sua nova sede em São Paulo, o Complexo Anhanguera, numa área construída de 210 mil metros quadrados.

A última década do século XX foi positiva para a mídia nacional de um modo geral, uma vez que jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão se modernizaram, tanto no aspecto tecnológico como no editorial. No final da década, as empresas de comunicação amargavam prejuízos e o novo século começou com uma retração no bolo publicitário enquanto as empresas do setor acumulavam dívidas de 10 bilhões de reais, dos quais 60% eram das Organizações Globo.

Nesta fase do desenvolvimento da televisão, duas novas leis foram aprovadas, interferindo no segmento da comunicação: a Lei 8.389, de 30 de dezembro de 1991, que regulamenta o Conselho de Comunicação Social, e a Lei 8.977, de 6 de janeiro de 1995,

que regulamenta o serviço de TV a Cabo. Devido à aprovação da Lei 8.977, que trata da regulamentação da TV a Cabo, esperava-se que até o final da década de noventa do século passado, a importância e influência hegemônica da TV convencional (TV aberta), tal como a conhecemos hoje, diminuiria. Isto porque a TV a Cabo forçosamente diluiria a audiência, atingindo diretamente os índices quase absolutos como os da *Rede Globo*. A lei da TV a Cabo surgiu como uma das mais democráticas e avançadas do mundo, abrindo perspectivas inéditas para o exercício da cidadania, além de gerar a expansão de mercado para profissionais da área de comunicação social (MATTOS, 1996; BRITTOS, 2001). Lamentavelmente, 15 anos depois de aprovada, vários itens previstos na lei jamais saíram do papel, tal como a prometida regionalização de parte da programação das TVs.

Entre 1995 e 1996, o Ministério das Comunicações colocou em prática uma série de medidas visando dotar o país de uma infra-estrutura e de serviços de comunicações condizentes com as necessidades. No que tange à legislação, houve mudanças na regulamentação vigente, datada ainda do início da década de sessenta, adotando-se critérios concorrenciais na outorga de concessões de serviços de telecomunicações e de radiodifusão. Diversos regulamentos e normas foram editados, tais como a Política Nacional de Satélites.

Outro aspecto positivo da infra-estrutura montada no primeiro governo de Fernando Henrique foi em relação ao espectro radioelétrico: uma portaria do Ministério das Comunicações definiu os princípios gerais para o aproveitamento do espectro pelos serviços de radiocomunicações. Com base nestes princípios ocorreu gradativamente a introdução da tecnologia digital de transmissão. Durante seu primeiro governo, Fernando Henrique priorizou a privatização das empresas de telecomunicações. Em seu segundo mandato, o presidente FHC aumentou o controle do governo sobre as televisões educativas, aperfeiçoou o sistema de concessão e de fiscalização de geradoras de TV. Entre 1995 e 1996 FHC concedeu 1.848 licenças de repetidoras de TVs, das quais mais de 260 pertenciam ou eram controladas por políticos. Nos últimos três meses de seu segundo governo, em 2002, FHC aprovou 291 concessões, licenças e permissões de emissoras de rádio e TV.

De acordo com a Anatel, em 1998 estavam funcionando, no país, 263 emissoras geradoras e 3.747 retransmissoras. Em julho de 2000, estes números cresceram para 286

geradoras e 8.484 retransmissoras. As grandes redes de televisão, formadas pela *Rede Globo*, *SBT*, *Bandeirantes*, *Manchete*, *Record* e *Central Nacional de Televisão (CNT)*, atendem a mais de 97% da audiência total, ficando o restante distribuído entre as emissoras educativas, e as segmentadas tais como a *MTV*, *Rede Mulher*, *Rede Vida*, etc. Em 1998, já estavam também em funcionamento no Brasil seis operadoras de televisão por assinatura.

Devido às transmissões da TV por assinatura, a perspectiva de queda da audiência na televisão aberta já podia ser observada, acompanhada por um retrocesso no nível de qualidade da programação. Em 1997, o nível de baixaria dos programas televisivos chegou a requintes que escandalizaram o país, forçando o governo a tomar uma posição. O requinte foi tanto que, por exemplo, o Faustão apresentou o “Sushi erótico”, quando uma bela mulher, completamente nua e coberta por sushis e sashimis (iguarias da culinária japonesa), foi usada como se fosse uma travessa, enquanto atores globais se serviam dos petiscos e a nudez da modelo era aos poucos revelada. Isto sem falarmos sobre o exagero da erotização da programação infantil da TV, mostrada não apenas nas roupas colantes e na dança sensual das apresentadoras e acompanhantes, tipo “Xou da Xuxa” e suas paquitas. A erotização também estava presente nos programas de Angélica, Carla Perez e Tiazinha.

Na busca de aumentar a audiência, a televisão promoveu comoção nacional na transmissão de várias reportagens, tais como o caso do assassinato da atriz de TV Daniela Pérez, em 1992, quando se deu mais destaque ao crime do que à decisão do *impeachment* do Presidente Collor. Em 1994, nova comoção nacional foi comandada pelas emissoras de TV com o acidente e enterro de Ayrton Senna. A carnavalização da tragédia foi repetida em 1998, quando o acompanhamento e transmissões do drama do cantor Leandro (da dupla sertaneja Leandro & Leonardo) ganhou da Copa do Mundo e das eleições, no noticiário da TV. A divulgação da notícia da doença do cantor através de entrevista coletiva contribuiu para

[...] a armação do circo na porta do hospital. Um circo estrelado por repórteres, cinegrafistas, amigos famosos de Leandro e fãs. Tal movimentação pode ser comparada com a provocada pela doença do Presidente Tancredo Neves, em 1985, ocasião em que a imprensa acampou na frente do Incor por mais de quarenta dias à espera de notícias (REIS, 1998).

O baixo nível do conteúdo dos programas levou o governo a tomar atitudes e a se pronunciar. Em novembro de 1998, o Secretário Nacional dos Direitos Humanos, José Gregori, tentou implantar o que ele chamou de “manual de qualidade contra o baixo nível

da programação da nossa televisão”. Como até agosto de 2000 o código de ética feito pelas emissoras e discutido desde 1998 ainda não havia sido implantado, José Gregori, já ocupando o Ministério da Justiça, anunciou que iria impor limites à programação por meio de portaria. No dia 8 de setembro de 2000, o ministro fez publicar a Portaria nº 796, contendo dezoito artigos, obrigando as televisões a respeitar e informar os limites classificatórios, por faixa etária adaptada ao horário.

Atendendo às sugestões do governo, em fevereiro de 1999, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão – Abert, aprovou a criação de um comitê para julgar e multar emissoras de TV. O comitê, que era independente a fim de evitar que uma emissora julgasse outra, atendia ao que José Gregori queria e vinha negociando, desde 1998, com as emissoras com o objetivo de estabelecer uma auto-regulamentação no setor, para conter excessos como os exibidos no “Programa do Ratinho”, do *SBT*, no “Leão Livre”, da *Record*, ou ainda, por exemplo, numa reportagem exibida pela *Globo* no “Fantástico” sobre o “maníaco do parque”. Poucos meses se passaram e a *Globo* lançou um novo programa: “Linha Direta”, quase que no mesmo estilo do programa de Ratinho, sem, no entanto, apresentar brigas de casais e pessoas deformadas.

Durante esta fase, na década de noventa, a televisão brasileira voltou a lançar mão de programação destinada às classes C e D devido a uma acirrada briga por audiência. Segundo dados veiculados pela imprensa, em 1993 existiam cerca de 31 milhões de aparelhos televisores em uso no país. Entre 1994 e 1998, devido ao controle de inflação e à estabilização da economia, através do Plano Real, foram vendidos cerca de 28 milhões de aparelhos, calculando-se que cerca de seis milhões foram comprados por famílias que estavam adquirindo o primeiro televisor, todas elas integrantes das camadas mais baixas da sociedade, contribuindo para o surgimento de um contingente de aproximadamente 24 milhões de novos telespectadores que representam cerca de 20% do antigo total da audiência. Segundo dados oficiais, entre 1993 e 1998 houve um aumento significativo de bens eletrodomésticos nos domicílios brasileiros, mas

[...] o número mais expressivo, é o de televisores em cores. Desde o Plano Real, foram vendidos mais de dez milhões de aparelhos, por causa do aumento do poder aquisitivo da população e da substancial redução do preço, em parte devido à concorrência externa (CARDOSO, 1998).

Paralelo ao retrocesso na qualidade de alguns programas popularescos e apelativos, o processo de expansão internacional, iniciado na fase anterior, só se consolida no ano de 1999, quase quinze anos depois de iniciado. No dia 24 de agosto de 1999, a *Rede Globo*, dando partida à estratégia voltada para aumentar sua presença no exterior, anunciou a criação da *TV Globo Internacional*, com canal em português, visando os brasileiros no estrangeiro. Ao lado dos investimentos internacionais, por ironia, começaram também a surgir pressões no sentido de modificar a legislação a fim de permitir a entrada do capital estrangeiro nos veículos de comunicação.

Apesar da grande expectativa dos empresários do setor, a emenda, que deveria ter sido votada no mês de julho de 2000, foi adiada sucessivamente até o dia 11 de dezembro de 2001 quando a Proposta de Emenda Constitucional do deputado Henrique Alves, que permite a participação de até 30% de capital estrangeiro nas empresas de comunicação, foi aprovada. A aprovação da PEC (203-B/95) pela Câmara Federal foi precedida de muitas negociações e pressões por parte dos empresários do setor, que tinham pressa em sua aprovação devido a situação de “penúria da maior parte das empresas de comunicação” (SOUSA & LÍRIO, 2001).

A FASE DA CONVERGÊNCIA E DA QUALIDADE DIGITAL (2000-2010)

De acordo com a tendência do desenvolvimento tecnológico que começou a modificar a vida das pessoas, ao longo desta primeira década do terceiro milênio, tudo aponta para a convergência entre a televisão e a Internet. A indústria especializada na produção de televisores começou o século anunciando a criação da *Web TV*, que nada mais é que um processador acoplado a um televisor dotando-o de razoável inteligência. A convergência entre Internet e televisão está aos poucos se tornando uma realidade. Ao longo dessa primeira década, a telinha que estávamos acostumados a ver todas as noites passou a ter um formato diferente: ela passou a ter tela de plasma e os aparelhos podem ser colocados sobre uma mesa ou pendurados na parede como se fosse um quadro. E muitos aparelhos já estão sendo vendidos com a tecnologia de alta definição.

Todos esses avanços tecnológicos deixavam antever que, durante a primeira década do terceiro milênio, o Brasil teria uma televisão de alta qualidade quanto ao som e à imagem. Já a qualidade do conteúdo dependeria do comprometimento societário que vier a

ser assumido por cada uma das redes e das normas que o governo viesse a baixar, visando a elevação do nível dos programas e a manutenção da produção e da cultura nacional.

Foi durante esta década que o aparelho celular passou, com mais intensidade, a se transformar no objeto de desejo dos brasileiros, evoluindo do sistema analógico para o digital. O celular, primeiro, transformou-se em provedor de música e, em seguida, passou a ocupar o patamar em que se encontra hoje, como uma nova central de mídia, que além de garantir a portabilidade e receber o sinal de TV, permite o armazenamento de conteúdos.

Só a partir do dia 26 de novembro de 2003, quando o Presidente Luis Inácio Lula da Silva assinou o Decreto nº 4.901 foi que as bases para a definição do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) foram estabelecidas. De acordo com o decreto, as principais finalidades da TV Digital no Brasil são entre outras: promover a inclusão social, a diversidade cultural do país e a língua pátria por meio do acesso à tecnologia; propiciar a criação da rede universidade de educação à distância; estimular a pesquisa e o desenvolvimento e propiciar a expansão de tecnologias brasileiras e da indústria nacional relacionadas à tecnologia de informação e comunicação; planejar o processo de transição da TV analógica para a digital, de modo a garantir a gradual adesão de usuários a custos compatíveis com sua renda (MATTOS, 2009 b).

Entre a publicação desse decreto e a escolha do sistema, muitas experiências foram feitas e debates promovidos. Os primeiros testes, visando a implantação da imagem de alta definição no Brasil, foram realizados entre setembro de 1999 e março de 2000 em laboratório montado na Universidade Mackenzie, em São Paulo. A escolha da tecnologia japonesa como base do sistema brasileiro foi definida por meio do Decreto 5.820/2006, que estabeleceu inclusive as diretrizes do processo de transição, privilegiando, além da interatividade e da alta definição “a transmissão digital simultânea para recepção fixa, móvel e portátil”.

No dia 2 de dezembro de 2007, o padrão de TV Digital terrestre adotado foi finalmente implantado inicialmente em São Paulo e posteriormente nas principais cidades do país. A partir de então, os grupos de mídia passaram a produzir seus programas em HDTV. De acordo com a estratégia e cronograma estabelecidos para a transição tecnológica, o desligamento do sistema analógico está previsto para acontecer no ano de 2016 (MATTOS, 2009b).

Segundo o Ministro das Comunicações, Hélio Costa, as emissoras de TV de todo o país têm até o ano de 2016 para trocar o sistema. Até lá, continuarão funcionando com os dois sistemas, analógico e digital, ao mesmo tempo, por meio de canais consignados (emprestados), pelo Ministério. O termo de consignação é um contrato com o governo federal, que cede, temporariamente um canal digital com o compromisso de devolução do canal analógico para o período de transição da tecnologia analógica para a digital, que devem ser transmitidas simultaneamente até o dia 29 de junho de 2016 (MATTOS, 2009a; 2009 b).

O padrão de transmissão digital adotado pelo Brasil é o SBTVD-T (Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre) com base no padrão de transmissão ISDB-T, utilizado no Japão. Este sistema de transmissão digital foi escolhido porque, segundo o governo, oferecia custos mais baixos e maior facilidade na transferência de tecnologia e mobilidade. A TV Digital, de acordo com informações oficiais referentes a setembro de 2009, já havia sido implantado em 23 cidades brasileiras, onde vivem 95 milhões de pessoas, ou seja, 50% da população cujos domicílios estão equipados com televisores.

Desde então, a televisão digital aberta vem convergindo com outras áreas digitais. O sinal digital pode ser recebido e editado num terminal de computador (PC) ou em notebooks, em mini-televisores móveis, instalados em aviões, automóveis e ônibus, ou em aparelhos de telefone celular. O avanço da convergência entre as mídias, com TV, Internet e telefonia determinará ajustes em todos os setores inclusive no da legislação específica, porque os setores de radiodifusão e telecomunicações ainda são regidos por legislações distintas.

Nos últimos dez anos, primeira década do terceiro milênio, o cenário das comunicações sofreu significativa mudança estrutural devido ao desenvolvimento tecnológico que contribuiu para o surgimento de um ambiente de convergência midiática e produção de conteúdos multimídia. Isto foi possível graças ao desenvolvimento da internet e da digitalização dos conteúdos de áudio, vídeo e texto. Por meio da Internet pode-se transportar, armazenar e redistribuir produtos audiovisuais, dados e voz (VOIP – voz sobre protocolo de internet). A convergência permitiu uma mudança na relação entre as redes de produtores e transmissores de conteúdos com os prestadores de serviços. Antes, uma rede atuava como suporte para a prestação de um único serviço. Agora, com o avanço da

tecnologia, constata-se a tendência de uma mesma rede oferecer mais de um serviço (MATTOS, 2009 b).

A FASE DA PORTABILIDADE, MOBILIDADE E INTERATIVIDADE (2010-)

A sétima fase de desenvolvimento da televisão brasileira, que se inicia em 2010, será marcada pela portabilidade e interatividade. Com a convergência digital o telefone celular vai ser usado, cada vez mais, para a transmissão e recepção da voz, acessar a internet, verificar *e-mails*, fazer *download* de músicas, vídeos e filmes, fotografar, assistir programa de televisão, ouvir emissora de rádio, além de armazenar conteúdos e dados. Acrescente-se a isso o fato de que usando o celular, o usuário pode assumir o papel de receptor, transmissor e fonte de informações, rompendo assim alguns paradigmas da comunicação.

A escolha definitiva do padrão digital implantado no Brasil passou por debates e disputas entre as empresas de radiodifusores e de telecomunicações. A disputa de interesse desses dois grupos polarizou o debate em torno da questão da mobilidade e na demanda por conteúdos originais para cada mídia, permitindo interatividade. Como o padrão de TV Digital brasileiro permite a transmissão de programação para celulares, o aparelho celular passou a integrar o grupo de dispositivos portáteis de recepção de TV digital. O celular dotado de receptor apropriado permite ao usuário receber o sinal de TV Digital direto das emissoras de canais abertos, sem ter que pagar por isso. Mas, o usuário terá que assumir um custo maior para adquirir o celular capaz de receber o sinal de TV. O crescimento do número de usuários de celulares no Brasil indica que o celular passará a ser não apenas um provedor de música, como já acontece, mas também um dos principais receptores de programas televisivos, além de ter a capacidade de armazenar conteúdos ampliada, pois este será um diferencial a estimular a concorrência entre os fabricantes (MATTOS, 2009 b).

O portal do Ministério das Comunicações exibe uma notícia postada no ano de 2008, com o seguinte título: “Hélio Costa defende incentivos fiscais para celulares com TV Digital”. Para o ministro das Comunicações a empresa que fabricar aparelhos celulares com o sinal de TV Digital aberta e gratuita, deve ser contemplada com incentivos fiscais. Segundo o ministro

[...] se um aparelho tem tudo – agenda, GPS, rádio, MP3; porque não ter o chip para a TV Digital? São mais de 100 milhões de linhas no Brasil e a

TV no celular já está funcionando perfeitamente em São Paulo, assim como vai acontecer em todo o Brasil de acordo com o cronograma. Todo mundo tem direito de ter a sua TV no celular.

Observe-se que em maio de 2010, o número de celulares no Brasil atingiu o total de 183,7 milhões e a densidade subiu para 95,26 acessos por 100 habitantes. As projeções indicam que o ano que no ano de 2013 mais de 50 milhões de usuários estarão assistindo programas televisivos por meio do celular, que é mais barato do que um televisor digital. Desta forma, o celular passa a ser a principal variável econômica que pode fazer a diferença no futuro do modelo de negócios a ser adotado pelo setor. Com a TV Móvel e os celulares digitais capazes de receberem os sinais da TV aberta, a indústria brasileira de entretenimento ganha novas alternativas de receita.

Ao assumir a função de nova mídia digital, de alta mobilidade e portabilidade, capaz de receber, transmitir e armazenar conteúdos de todas as outras mídias, além de fotografar, filmar e enviar mensagens de texto, com o usuário assumindo uma postura ativa, participando com agente transformador e construtor da realidade, interagindo, sendo fonte, receptor e transmissor simultaneamente, pode-se afirmar que o celular digital entra na reestruturação do mercado de comunicação no Brasil com um papel de extrema importância. Isto porque o usuário de celular digital, um cidadão comum, poderá se transformar, ele mesmo, em produtor e distribuidor de conteúdos multimídia para grupos e redes.

O dilema que se apresenta para o sucesso da TV Digital aberta no Brasil, neste momento, é como baratear a conversão do sistema analógico em uso, a fim de obter a adesão da maior parte da população de baixa renda per capita. A disseminação do hábito de assistir programas de TV no telefone celular, sem dúvida alguma, poderá provocar a criação de novos horários nobres em faixas antes pouco vistas e lucrativas. A audiência dos programas televisivos via celular vai estimular a produção de conteúdos em novos e específicos formatos, tais como mini-episódios dos seriados da TV produzidos pelas principais emissoras (MATTOS, 2009 b).

Em síntese, pode-se afirmar que o avanço da convergência entre as mídias forçará também o estabelecimento de novas regras, um novo marco regulatório, pois os agentes

envolvidos no processo hoje (telecomunicações e radiodifusão) são regidos por legislações distintas.

REFERÊNCIAS

BRASIL (1998). Constituição da República Federativa do Brasil, Brasília, 1998.

BRITTOS, Valério Cruz. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. Salvador: Facom/UFBA, 2001.[Tese Doutorado].

CABRAL, Eula Dantas. Os grupos de mídia e a digitalização da TV aberta. Natal, XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom, 2008.
Disponível em: <HTTP://intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0783-1.pdf>

CAMARGO, Nely & PINTO, Virgílio B. Noya. *Communication Policies in Brazil*. Paris: UNESCO Press, 1975.

CARDOSO, Fernando Henrique. *Real: Quatro anos que mudaram o Brasil*. Brasília, 1998.

FURTADO, Rubens. Programação I: Da Rede Tupi à Rede Manchete: uma visão histórica. In *TV ao Vivo: Depoimentos*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988, p. 57-69.

GEISEL, Ernesto. *Mensagem ao Congresso Nacional*. Brasília, 1976 e 1977.

JAPIASSÚ, Moacir. “Globo multinacional”. *IstoÉ*, São Paulo, 29 out. 1980, p 60-62.

Jornal do Brasil. “Televisão: o dossiê Quandt”. Rio de Janeiro, 20 de maio 1977, Cad. B, p.4.

JÚNIOR, Gonçalo. “O maestro da TV”. *Gazeta Mercantil*, 30 dez. 1998, suplemento Fim de Semana, p 1.

MARQUES DE MELO, José. *Comunicação, opinião, desenvolvimento*. Petrópolis: Vozes, 1975.

MARQUES DE MELO, José. “A Televisão como instrumento do neocolonialismo: Evidências do caso brasileiro”. *Comunicação & Sociedade*, n. 1, 1979, p.167-187.

MATTOS, Sérgio. *The Impact of Brazilian Military Government on the development of TV in Brazil*. Austin, Texas: The University of Texas, 1980. [Tese de Mestrado].

MATTOS, Sérgio. *Domestic and Foreign Advertising in Television and Mass Media Growth: A Case Study of Brazil*. Austin, Texas: The University of Texas, 1982a. [Tese de Doutorado].

MATTOS, Sérgio. *The Impact of the 1964 Revolution on Brazilian Television*. San Antonio, Texas: Klingensmith Independent Publisher, 1982b.

MATTOS, Sérgio. “Advertising and Government Influences: The Case of Brazilian Television”. *Communication Research*, v.11, n.2, 1984, p. 203-220.

MATTOS, Sérgio. “Estado e Meios de Comunicação: O Controle Econômico”. In: MARQUES DE MELO, José (org.). *Comunicação e Transição Democrática*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985, p. 62-79.

MATTOS, Sérgio. *O Controle dos Meios de Comunicação*. Salvador: EDUFBA, 1996.

MATTOS, Sérgio. *Mídia Controlada: a história da censura no Brasil e no mundo*. São Paulo: Paulus, 2005.

MATTOS, Sérgio. “As organizações Globo na mídia impressa”. In BRITTOS, Valério & BOLAÑO, Cesar (orgs.). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005, pp.267-286.

MATTOS, Sérgio. *O Contexto Midiático*. Salvador: IGHB, 2009.

MATTOS, Sérgio. O papel dos novos meios de comunicação em Lauro de Freitas. Paper apresentado no Seminário Internacional intitulado El Nuevo Papel Social de los Medios Audiovisuais. Campos, MS, 2009a.

MATTOS, Sérgio. A Televisão Digital, a convergência, a produção e distribuição de conteúdos para celulares e receptores móveis. Paper apresentado no 2º Fórum EPTIC, durante o XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, realizado em Curitiba, Paraná, 2009b.

MÉDICI, Emílio Garrastazú. *Mensagem ao Congresso Nacional*. Brasília, 1974.

OLIVEIRA, Euclides Quandt de. *Política de Comunicações*. Brasília: Ministério das Comunicações, 1976.

PENHALVER, Alexandra. “As atrações estrangeiras no país”. *O Estado de S. Paulo*, 2 jul.2000. Caderno “Telejornal”.

PRIOLLI, Gabriel. “A Tela Pequena no Brasil Grande”. In *Televisão & Vídeo*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1985, p. 19-52.

REIS, Leila. Televisão carnavaliza a tragédia do cantor Leandro nos noticiários. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 20 jun. 1998, C. 2, D-3.

SOUSA, Paulo Henrique de & LÍRIO, Sérgio. “A mídia se entrega”. **Carta Capital**, 28 nov. 2001, p. 28-32.

STRAUBHAAR, Joseph Dean. *The Transformation of Cultural Dependence: The Decline of American Influence on the Brazilian Television Industry*. Washington, USA, The Fletcher School of Law and Diplomacy, 1981. [Tese de Doutorado).

TV Globo Network . *Brazil: Country, People, Television*. Rio de Janeiro, 1979.

TUNSTALL. Jeremy. *The Media Are American*. New York: Columbia University Press, 1979.

#