



TV Digital, um universo movediço para a TV Globo¹

Ariane Carla PEREIRA²

Márcio FERNANDES³

Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Guarapuava, PR

RESUMO

A proposta deste trabalho é apresentar um panorama sobre a implantação da TV digital no Brasil para, em seguida, discorrer sobre as percepções de como a Rede Globo de Televisão, a partir de conferências/debates realizados por profissionais da emissora durante os Seminários Globo/Intercom em 2007 e 2008 com docentes de Comunicação de todo o Brasil, encara este processo de crescentes incertezas e que está apenas começando. Também indica apontamentos sobre como deve se configurar esse momento para o meio TV como um todo, tratando do que realmente se mostra como perspectiva factível (como melhoria sensível da qualidade de imagem) e o que aparentemente ficará apenas no nível da possibilidade – caso da multiprogramação.

PALAVRAS-CHAVE

Perspectivas em TV digital; Rede Globo; Seminários Globo/Intercom; perspectivas; possibilidades.

¹Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

²Jornalista profissional, mestre em Letras, professora efetiva do Departamento de Comunicação Social da Unicentro e membro do grupo de pesquisa Processos Midiáticos Eletrônicos e Impressos. Em 2008, participou do Seminário Globo/Intercom. E-mail: ariane_carla@uol.com.br

³Jornalista, mestre em Comunicação e Linguagens, professor efetivo do Departamento de Comunicação Social da Unicentro e membro do grupo de pesquisa Processos Midiáticos Eletrônicos e Impressos. Em 2007, participou do Seminário Globo/Intercom. E-mail: marciorf@globo.com



Início de conversa

Chegar em casa, depois de um dia de trabalho, sentar no sofá em frente à TV e ligar o aparelho com a ajuda de um controle remoto. Essa maneira tradicional de assistir televisão, em breve, deixará de ser a única, depois de quase três décadas. Afinal, desde dezembro de 2007, emissoras brasileiras começaram a implantar a chamada TV de Alta Definição, a HDTV. Digitalização que já implica para quem produz conteúdo formas diferentes de se fazer televisão e que significará, mais uma vez em pouco tempo, mudanças para quem está no outro lado da telinha, o telespectador. Neste cenário, a Rede Globo de Televisão (RGT), o principal grupo de mídia da história brasileira, pretende ser um titã, condição que detém há mais de 30 anos na TV aberta.

É em um quadro assim que o presente artigo se move, apresentando apontamentos sobre os caminhos da TV Digital no Brasil vai seguir nos próximos anos, em especial aqueles que serão/estão sendo escolhidos pela TV Globo, que, a julgar pelos seminários Globo / Intercom 2007 e 2008, parece estar mergulhando no mundo movediço demais para a emissora, líder de audiência no Brasil desde muito tempo.

Sabe-se que TV digital não significa apenas um monitor/aparelho diferente na sala das casas. O televisor sim já está muito diferente – a tela quase quadrada (4x3) da TV convencional tem no sistema digital proporções de um retângulo, 16x9, (e isso implica também um fazer diferente, assunto que trataremos adiante); além disso, o velho tubo de imagem responsável pelo televisor grandão e pesado some e as TVs ficam leves e finas, podendo ser confundidas com quadros na parede. Para além disso, como bem lembra SQUIRRA no texto *Em busca do tempo perdido: as tecnologias negligenciadas* (2007, p. 165), já temos o “mágico sistema 5.1”, de altíssima qualidade sonora.

A TV digital significa, sobretudo, alta definição de imagens. E isso representa de vez a aposentadoria de um acessório já algum tempo em crescente desuso: as antenas. As imagens com chuviscos, tremidas, com interferências, têm dias contados, restando para muitos as memórias dos anos 80, quando um pedaço de esponja de aço era recurso essencial para bem captar determinado programa em certos horários debaixo de um temporal lá fora. Historicamente, esse método agora ultrapassado é resultado de um sistema que precisa de antenas e torres e que, entre elas, sempre encontra pelo caminho



obstáculos naturais – como morros – ou construídos pelos homens – arranha-céus entre eles. Com a mudança, a transmissão deixará para trás esse problema já que o sinal será digital, em bits, garantia de imagem limpa, em “alta definição”, para utilizar um jargão comum no noticiário nos últimos anos.

Porém, a alta definição é apenas uma das promessas da Era Digital. Mobilidade, portabilidade e interatividade são palavras-chave nesse novo conceito imagético, nessa nova maneira de se fazer e de se ver televisão. E é sobre isso que trataremos no tópico a seguir.

As possibilidades da TV digital

A história da Televisão enquanto mídia (meio de comunicação), desde sua origem até a contemporaneidade, pode ser dividida, sobretudo para efeitos desta análise, em três estágios/períodos. O primeiro deles tem início com a origem da TV (ainda no século 19) e vai até a década de 1970. É a época em que o veículo TV se caracteriza pelo número reduzido de canais cujas concessões, espécie de permissão para explorar o serviço de radiodifusão e eram concedidas pelo governo federal.

A justificativa para esse *modelo* de televisão era a limitação do espectro, já que as faixas de transmissão comportavam um número definido de canais. Fator que, segundo GALPERIN (2003, p. 13), resultou/originou nos/os oligopólios de Comunicação. Outro ponto a ser destacado sobre as concessões é que em troca delas os governos exigiam a exibição de programas de prestação de serviços – como os de conteúdo educativo, informativo ou político. Neste período, uma certa distinção quanto às receitas financeiras divide os Estados Unidos e a América Latina da Europa, por exemplo. Enquanto que, no Velho Mundo, a fonte prioritária era o Estado (basta citar o caso da Itália), na América era a iniciativa privada quem bancava o sistema.

A década de 1970 é marcada também por uma série de evoluções tecnológicas que resultaram numa *revolução* na já revolucionária televisão. São deste segundo período da TV, embora tenham se consolidado na década seguinte, as TVs a cabo e por satélite. *Modelos* que marcam o segundo estágio da televisão e que exigiram nova regulação. Afinal, o número de canais aumentou consideravelmente e a programação passou a ser mais segmentada, dirigida a um público menor, porém mais identificado com o canal. Enquanto os canais da primeira etapa transmitem seus sinais



gratuitamente, aqui inaugura-se um novo negócio baseado na assinatura de pacotes de programação. Ao contrário dos anos anteriores, quando a TV era um serviço público, as concessões adquirirem caráter privado e são os transmissores que controlam o conteúdo. Em âmbito internacional, empresas como MTV e CNN se sobressaem neste cenário da segmentação.

Esta fase midiática também é marcada pelas primeiras experiências envolvendo a TV de alta definição. SANTOS (2007, p. 189) relata: “A tentativa de se chegar a uma TV Digital não é recente, vem sendo estudada desde a década de 70, tendo surgido nos anos 90 os três padrões internacionais conhecidos: o americano ATSC (de 1993), o europeu DVB (também de 1993) e o japonês ISDB (de 1999)”. Foi o Japão o país a dar o pontapé inicial nas pesquisas para uma TV de alta definição.

Televisão digital essa que é considerada o início de uma nova era na relação emissoras-telespectadores/mídia, uma revolução nas maneiras de se fazer e se ver TV. Isso porque as diferenças deste novo sistema – quando comparado ao tradicional, analógico – são muitas, perceptíveis e inovadoras.

A vantagem mais facilmente percebida e discutida da transmissão em sistema digital é a conservação da qualidade do sinal. O número de linhas horizontais nos canais receptores, nos atuais sistemas analógicos, não passa de 330. Por isso, a ocorrência de interferências e ruídos, os conhecidos chuviscos e *fantasmas*. Na transmissão digital, a imagem recebida pelos aparelhos tem 1080 linhas de definição. Além disso, no novo sistema, os sinais de som e imagem são representados por uma seqüência de *bits*, e não mais por uma onda eletromagnética análoga ao sinal televisivo. Isso impacta diretamente na qualidade da imagem que vemos na TV.

Outro fator a implicar em perda da qualidade da imagem na TV analógica é a interferência de um canal sobre outro. Ou seja, quando as frequências são muito próximas os sinais de dois ou mais canais podem se misturar, mesclar. Nos televisores isso é facilmente percebido. Quem ao sintonizar os canais de um aparelho já não se deparou com um canal/emissora funcionando bem num certo número, e em outros esse mesmo sinal ser perceptível através de imagem ou áudio com interferências, ruídos? Com a implantação da TV digital isso não continuará ocorrendo. Os sinais de cada emissora serão transmitidos apenas em seu respectivo canal. Com isso, os canais vagos poderão ser ocupados.



Ainda em relação a imagem, não é possível comparar os sistemas analógico e digital sem tratar do formato desta e, conseqüentemente, dos televisores. Na tradicional, a tela tem proporção de 4x3, mais quadrada, enquanto na HDTV esta relação é de 16x9, mais retangular, o que impacta – sobretudo – na produção televisiva. Afinal, a composição das cenas implica numa nova estética, num olhar novo para a definição também de quadros e ângulos.

Outra vantagem técnica e de sinal da TV digital é a possibilidade de compactação deste. Na tecnologia analógica, os sinais não podem ser comprimidos ou compactados. Ou seja, cada *pixel* precisa estar incluído no sinal, totalizando 378 mil *pixels* por quadro, o que ocupa todo canal de 6 MHz disponível no sistema brasileiro. Já os sinais da transmissão digital podem ser compactados e, conseqüentemente, não há necessidade de utilização de toda a banda na transmissão. Isto resulta na possibilidade de que mais conteúdo seja veiculado por cada banda. Ou seja, uma banda que hoje comporta um canal – que representa uma emissora, ou seja, um conteúdo ou programação – de TV, poderá, com a digitalização, transmitir o sinal de até quatro canais, emissoras, conteúdos ou programações diferentes simultaneamente.

Porém, as diferenças ou vantagens da TV digital, numa comparação com a televisão analógica, vão além do sinal e da imagem. E neste ponto residem as inovações mais profundas permitidas pelo sistema em gestão e, também, onde se encontram as maiores expectativas e promessas. E aqui as palavras-chave são portabilidade, mobilidade e interatividade.

A interatividade é uma das características mais festejadas da TV digital. Afinal, significa, em tese, o fim da unilateralidade nas transmissões televisivas. Ou seja, o assistir televisão deixa de ser um ato passivo, e o telespectador se torna um agente nesse processo, podendo com apenas um toque no controle remoto interagir com a emissora. As possibilidades com abertura desse *canal* são inúmeras. O telespectador votar em programas como *reality shows*, *responder a testes*, *participar de debates*, *acessar mais informações sobre o conteúdo (programa, por meio de um banco de dados web conectado à própria TV)* e comprar – desde produtos anunciados nos intervalos comerciais até a roupa da apresentadora do telejornal ou o lençol que aparece numa das cenas da novela. De um modo geral, tais possibilidades já marcam o dia-a-dia dos brasileiros.



Mobilidade e portabilidade se complementam e são recursos que ainda engatinham no cotidiano verde-amarelo. Portabilidade, de seu turno, diz respeito à recepção – gratuita - dos sinais, em formato digital, das emissoras de TV abertas em equipamentos como laptops, celulares, televisores portáteis. Nos aeroportos brasileiros, em 2009, a cada mês, percebe-se um número crescente de viajantes assistindo algum canal enquanto esperam por seus voos, principalmente nos aeroportos das duas maiores cidades brasileiras – Rio de Janeiro e São Paulo. Já a outra assertiva, Mobilidade, refere-se a recepção da programação por esses mesmos aparelhos mesmo com eles em movimento – o que significa a possibilidade de acompanhar a novela, o telejornal ou o filme caminhando, no carro, no trem ou no ônibus.

A digitalização da TV Globo: observações dos Seminários Globo/Intercom 2007 e 2008

Um quadro geral de perspectivas e expectativas dominou a parcela sobre TV Digital do seminário de 2007, cujo tema central era a gestão da Indústria do Audiovisual, especificamente a Rede Globo de Televisão. Um vídeo lúdico, apresentado por Zeca Camargo (âncora do dominical Fantástico), apresentava à platéia docente (advinda de várias partes do Brasil) as diferenças técnicas previstas para paulatinamente entrarem em vigor (e que, no seminário de 2008, já tinham desdobramentos mais nítidos) – entre elas a necessidade de um melhor acabamento da cenografia e cuidados redobrados com a iluminação, já que, no esquema HTDV, o suor de determinado ator, durante as gravações de uma novela, minissérie ou soap opera, por exemplo, se tornaria/ tornará mais evidente ao telespectador, algo que, esteticamente, faz parte do rol de abominações dos manuais de TV.

E, se em 2008 (como se verá nas linhas a seguir), o quadro ainda era de preocupação/indefinição, tal cenário era mais notório no evento de 2007. No braço jornalístico do grupo Globo, o mote de discussões sobre os impactos da HDTV se centrava nos custos dos equipamentos e de logística. Uma unidade móvel de alta definição, ponderaram dirigentes da emissora em diversos momentos do Seminário, tem custo-padrão previsto para os próximos anos na casa de alguns milhões de dólares, dependendo da complexidade exigida para determinada transmissão.



Outro item de discussão na edição de 2007, a partir de ganchos lançados por Octávio Florisbal, diretor geral da TV Globo, logo na conferência de abertura do congresso (ainda na sede do bairro Jardim Botânico), era a perspectiva de que a massificação da HDTV seria um processo de pelo menos 10 anos.

Dito de outro modo, a TV de alta definição tenderia a ser um negócio comercialmente viável em larga escala por volta de 2018, quando boa parte do território brasileiro estaria coberto pelo novo sistema, com a maior parcela da população já tendo equipamentos adequados à disposição em suas residências, escritórios e espaços móveis (como táxis). No âmbito interno, a direção do conglomerado estimava que as 121 emissoras da rede estariam totalmente adaptadas à alta definição por volta de 2016. Cabe lembrar que, semanas antes do Seminário 2007, o mesmo Florisbal havia anunciado que, entre 2007 e 2009, o grupo pretendia aplicar US\$ 100 milhões anuais em melhorias de toda espécie, boa parte dos quais para pesquisa e desenvolvimento voltados para TV digital.

Ao longo do evento, as falas de lideranças globais como Luís Erlanger (diretor da Central Globo de Comunicação), Luiz Gleiser (diretor de programas de entretenimento), Luiz Fernando Lima (diretor geral de Esportes) e, principalmente, Florisbal apontavam para o começo das operações públicas da TV Globo em alta definição para dezembro de 2007, em São Paulo, primeiramente, o que acabou ocorrendo, levando o novo método nos meses seguintes para a cidade do Rio de Janeiro. O apontamento de que dezembro seria um mês-chave para a emissora acabou se tornando um ponto de referência bastante palpável para a platéia seletiva do evento, em meio a um emaranhado de incertezas e previsões, algo que se dissiparia em boa quantidade na edição de 2008 (cabe lembrar que o Seminário de 2007 não era focado na TV Digital, mas no propalado Padrão Globo de Qualidade, o que incluiu, para os congressistas, uma visita aos diversos, amplos e moderníssimos estúdios de Telejornalismo e às cidades cenográficas do Projac).

É importante ressaltar que os debates Globo/Intercom de 2007 podem ser interpretados como uma estratégia do grupo Globo de apresentar suas posições/angústias perante um público qualificado (docentes de Comunicação brasileiros) em pequena quantidade (cerca de 30 pessoas), de modo a obter também feedback dos mesmos acerca do tema. Um ano antes, a emissora havia sido uma das protagonistas de uma ação mais massiva. SANTOS (idem, p. 195) relembra que



“A campanha publicitária promovida pelas principais redes de TV, com o tema 'Televisão aberta. 100% Brasil. 100% grátis', foi estampada nos jornais e exibida na TV com a intenção de fixar a ideia de que o sistema de TV Digital deveria ser aquele defendido pelas emissoras”.

O 'aquele', neste caso, era o ISDB, continua a autora, e que, conforme a campanha das emissoras, era recomendado também pela Sociedade de Engenharia de Televisão (SET).

No momento seguinte, a televisão digital como um todo, a implantação gradativa pela TV Globo e como a emissora carioca vem se preparando para esse novo momento da transmissão de som e imagem foram temas recorrentes no Seminário Globo-Intercom 2008. Apesar do tema - O entretenimento da TV Globo - aparentemente não ter relação com este assunto, por sua importância e atualidade, ele já se colocava como de fundamental discussão na contemporaneidade na programação. Afinal, uma das sete palestras previstas tinha como título *TV Digital*. Mas não foram apenas os palestrantes Celso ARAÚJO, gerente de Operações, e Rodolfo SANTOS, responsável pela Caracterização, que a abordaram.

Logo na abertura, o diretor de Competências da Central Globo de Produção (uma espécie de prefeito do Projac, como o apresentou o diretor da Central Globo de Comunicação, Luis Erlanger), Edson PIMENTEL, enfatizou que, nos últimos três anos, o fator de maior preocupação da/na CGP – Central Globo de Produção – é/era como produzir com qualidade em alta definição.

Preocupação justificada pelas mudanças nos modos de se fazer televisão que a HDTV já começa a exigir. Mudanças que passam pela técnica – que ainda precisa ser estudada, pesquisada, entendida, aprimorada – e, este é um motivo extra de preocupação já que demandará uma mudança cultural, pelos profissionais de TV. Por isso, segundo Pimentel, a TV Globo tem investido em qualificação que é “intrínseca ao HDTV”.

Para demonstrar as transformações exigidas pela – e também consequência da – TV digital, Pimentel citou as proporções da nova tecnologia (16 x 9 contra 4 x 3 da TV convencional, mencionadas anteriormente neste texto) que, nas palavras dele, representam um “desafio adicional”. O formato mais retangular dos televisores, e conseqüentemente das imagens, “impacta também nos estúdios” que, de acordo com o diretor de Competências da CGP, precisarão ser construídos em formato diferente que ainda precisa ser pensado/definido.



O formato da TV digital também foi colocado como um desafio por Celso Araújo, um dos responsáveis pela implantação da TV digital pela emissora. “O equilíbrio estético das cenas está em jogo, afinal, nesse período de transição, algumas pessoas vão receber as imagens mais quadradas – no caso, quem continua(rá) com a TV analógica – e outras verão as mesmas cenas mais retangulares – quem tiver em casa uma TV de plasma ou LCD e um conversor”, enfatizou.

As dificuldades por quem produz conteúdo televisivo nesse momentos vão além do enquadramento e não são decorrência, apenas, do novo formato. A cenografia precisará também ser aperfeiçoada. Afinal, a TV analógica permite que as imitações utilizadas como soluções mais viáveis financeiramente. Porém, com a TV digital, as paredes não poderão mais ser revestidas com papéis que imitam tijolos ou madeira. Esses ficarão evidentes nas imagens. Com a migração de sistemas, as paredes precisarão ter a textura original.

Como exemplo de como as mudanças são fundamentais nesse área, durante a palestra *TV Digital* foram exibidas cenas em modo analógico e digital de um mesmo porta-retrato e de um mesmo abajur. Na TV tradicional, nenhuma imperfeição era perceptível. Já no segundo caso ficavam evidentes digitais no porta-retrato e um parafuso *espanado* e de cor diferente dos outros no abajur.

Outro fator de preocupação é com a caracterização de personagens. A TV digital, que torna os detalhes até seis vezes mais perceptíveis, é implacável com rugas e manchas na pele, por exemplo. Por isso, as maquiagens precisarão ser mais uniformes. Cabelos, barbas e bigodes postiços também perderão a naturalidade e parecerão mais artificiais. “A HDTV está sendo estudada e testada no mundo e aqui não é diferente. O sangue cenográfico, por exemplo, vai precisar de uma gama de pigmentos sangue. O que funcionar para um determinado tipo de tecido provavelmente não terá o mesmo resultado em outro”, explicou um dos responsáveis pela caracterização na TV Globo, Rodolfo Santos.

Ainda sobre a TV digital – seus desafios e como a TV Globo tem lidado com cada um deles - foi apresentado o vídeo “Altas Definições – a TV digital está chegando, esteja preparado”. O audiovisual apontou que os estudos relacionados a TV de alta definição começaram ainda em 1994 e foram intensificados a partir de 1999. De lá até os dias atuais, as preocupações maiores estiveram relacionadas à 1) como produzir com qualidade no novo formato (mudanças ligadas à cenografia, à caracterização, ao



enquadramento e à luz); 2) ao sistema a ser adotado pelo Brasil e a defesa do padrão japonês por ser o único a permitir alta definição, mobilidade e portabilidade conjuntamente; 3) à digitalização da produção global (hoje, São Paulo opera digitalmente, por exemplo, e a novela das 21 horas e as partidas de futebol já são produzidas em alta definição e, também, transmitidos assim da mesma maneira que os filmes).

O vídeo *Altas definições* também abordou as temáticas que estarão no centro das preocupações, estudos e pesquisas daqui em diante: 1) a transmissão em alta definição pelas emissoras de todas as capitais brasileiras até o final de 2009 e, principalmente, 2) a captação de um *mercado adicional de audiência*, ou seja, pessoas que não estão em casa e que, mesmo em trânsito, poderão assistir a programação graças a portabilidade e a mobilidade. De acordo com vídeo, “essa audiência deve provocar mudanças na programação”.

Reflexões (nada) finais

A melhora na qualidade do sinal no sistema digital é inegável e palpável. Por isso, a preocupação global por aprimorar o lado estético (cenografia, caracterização, composição de cenas) neste primeiro momento. Afinal, a produção em HDTV, embora ainda parcial e em menor escala que a em sistema analógico, começou. A transmissão também. E a recepção, para os telespectadores que já compraram um televisor de alta definição ou um conversor (ainda com preço elevado), também. Informações perpassadas no vídeo *Altas definições*. Nesse último caso, a imagem e o áudio são melhores que as de quem tem TV a cabo.

Já a expectativa da implantação da multi-programação, embora tecnicamente possível com a TV digital, deve ficar apenas no nível das possibilidades. Isso porque, segundo o gerente de Operações da TV Globo Celso ARAÚJO, “pensando em termos de negócio não é viável. Afinal, levando em conta que um canal poderá se dividir em três, para manter três programações diferentes, teremos três custos de produção. E isso acarretaria em divisão da audiência e, também, dos anunciantes”. O que pode se concretizar é a possibilidade de câmeras extras, em jogos de futebol, por exemplo. Quem quisesse ter acesso a essas imagens, compraria o direito de assisti-las.



Mobilidade e portabilidade são entendidas como uma revolução a parte dentro da TV digital e, por isso, merecerão a concentração dos estudos e das pesquisas a partir desse momento. Afinal, significam a ampliação da audiência quantitativa. Tome-se o caso do município de São Paulo como ilustração: dados oficiais de 2009 indicam a circulação permanente de 32 mil táxis pela capital, que devem passar a ser parte desse novo público-alvo das emissoras televisivas. E tal aumento da audiência, como consequência, poderá resultar em mais anunciantes e mais receita – mas não necessariamente para a TV Globo, já que outros grupos televisivos podem/tendem a desenvolver estratégias para estas possibilidades que se avizinham.

Não obstante, reiteradamente o grupo Globo tem fornecido publicamente pistas do quão preocupado está o conglomerado. No rol de angústias, a possível entrada com impacto de titãs do entretenimento televisivo mundial no Brasil, como Time-Warner e Disney. Em junho de 2009, por exemplo, durante conferência no congresso Intercom Norte 2009, em Porto Velho (RO), Emanuel CASTRO, diretor de Novas Mídias da TV Globo, lembrou da crescente força de companhias como ESPN, que opera canais por assinatura no Brasil e investe cada vez mais na difusão de conteúdos web, amealhando parte da audiência principalmente da própria Globo.

Por isso, em última instância, há essa preocupação e essa expectativa de que a audiência “provoque mudanças na programação”, como afirmou ARAÚJO em 2008 - e como reforçou indiretamente CASTRO em 2009, ao ponderar que um dos caminhos do futuro é incentivar a formação/participação de telespectadores-repórteres (como condição essencial para a ocorrência da chamada interatividade), uma fala ainda um tanto vaga mas prenúncio de revoluções por minuto que estão por acontecer na mídia TV, a mais fantástica máquina de difusão informacional que o Ser Humano já criou e que no Brasil, desde 2006, quando da publicação do decreto federal 5.820/06 (determinando a adoção, em terras nacionais, do similar ao modelo japonês, o ISDB-T, *Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*), entrou oficialmente em um enredo de incertezas, mas com alguns desdobramentos próximos bem definidos - como o fim das outorgas para radiodifusão de sons e imagens analógicas a partir de julho de 2013, provocando a aceleração de uma nova era de interatividade televisiva.



Referências Bibliográficas

BRASIL. Decreto 5.820, de 29 de junho de 2006. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão e dá outras providências. Brasília: Diário Oficial da União, 30 jun. 2006, http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm, acesso em 20 jun. 2006

CENTRAL GLOBO.COM, <http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo>, acesso em 22 fev 2009

DIZARD JR, Wilson. **A nova mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GALPERIN, Hernan. **Comunicación e integración en la era digital: um balance de la transición hacia la televisión digital en Brasil y Argentina**. Revista Eletrônica Telos, Madrid, 2003.

NEGROPONTE, Nicholas. **Vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SANTOS, Adriana Cristina Omena dos. Parcialidade e (des)informação sobre a TV Digital no Brasil: grupos de pressão e confrontos. In: HAUSSEN, Doris; CIMADEVILLA, G; MORAIS, Osvando J. de (orgs). **A Comunicação no Brasil: 1**. Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2007, p. 189-208.

SQUIRRA, Sebastião. Em busca do tempo perdido: as tecnologias negligenciadas. In: MELO, José Marques de; MORAIS, Osvando J. De (orgs). **Mercado e Comunicação na sociedade digital**. São Paulo/Santos: Intercom/Unisantia/Unisantos/Unimonte, 2007, p. 165-178.