
Televisão brasileira: transformações tecnológicas e seus processos de inclusão e exclusão¹

Flávia de Oliveira Moreira Olaz²
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ
Bolsista CAPES

RESUMO

Este artigo trata da televisão brasileira e de suas transformações na era digital e também de aspectos sobre regulação, concessão de uso e acesso. Permite-se analisar como corporações brasileiras de TV se colocam diante da sociedade frente a questões de nível econômico, social e cultural com a veiculação de seus conteúdos. Os autores abordados para o estudo dialogam no universo da comunicação, informação, usos e efeitos, como Raymond Williams, Patrícia Maurício - Doutora em Comunicação Social -, com a obra *Conflitos na TV Digital brasileira*, entre outros, que trazem à luz do conhecimento aspectos relativos à televisão e suas facetas. O presente trabalho aborda como a sociedade poderia ter sido beneficiada com uma televisão mais inclusiva e interativa, com melhor aproveitamento da internet e não apenas no consumo de publicidade.

PALAVRAS-CHAVE: televisão brasileira; transformações tecnológicas; inclusão e exclusão digital; regulação.

1 Introdução

A televisão brasileira sempre foi ponto a ser discutido em diversas partes do país e por muitos estudiosos de comunicação. O que se sabe ou se pode conhecer sobre ela vai muito além das telas que exibem programações estruturadas e arquitetadas para públicos de interesse, mais especificamente os de massa.

É possível pensar qual o ganho ou perda quando tratamos do assunto televisão. Quais são suas benesses e mazelas, o que há por trás do sistema brasileiro de teledifusão, por quem e para quem ele é feito, para quem ou para quem ele serve. Embora haja muitas questões de como é o seu funcionamento, as indagações passam pelo campo cultural até o jurídico, lugar em que as esferas sociais estão ligadas ao que sabemos sobre televisão.

¹ Trabalho apresentado na DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Mestranda do Curso de Comunicação Social da PUC-Rio, e-mail: flaviamoreira.mestrado@gmail.com

Em outros lugares do globo a chegada da televisão começa na década de 20; no Brasil, o responsável pelo sucesso da difusão foi Assis Chateaubriand a partir da década de 50. Ele incorporou um dos maiores meios de propagar a informação, que já não dependia apenas do rádio, tendo como início a TV Tupi. A TV conseguiu chegar em inúmeros lares brasileiros e fazer parte do cotidiano das pessoas. Desse modo, como parte de seu funcionamento e deliberação apareceram outras perguntas relevantes durante todo o tempo do seu desenvolvimento primário até a chegada da internet, passando pelo possível plano de implantar a televisão digital no Brasil, onde não houve processo decisório por parte da população, e sim, pelos detentores do poderio midiático atrelado às corporações que detêm, hoje, um dos maiores meios de comunicação de massa, como as empresas Globo, por exemplo. Não só ela como outras fontes de informação fazem parte de um rol inexpressivo de “donos da TV” diante da grande abertura de possibilidades que poderiam ser ofertadas para gerar um canal de comunicação mais acessível e democrático.

Os meios de comunicação televisiva poderiam possibilitar que grande parte das suas concessões e programações fossem um canal de consulta social. Por meio desta abertura seria possível perguntar sobre o que a população deseja assistir, o que de fato deve ganhar publicidade dentro dos assuntos ligados à saúde, educação, lazer, de modo a coletivizar e gerar mais espaço para outros canais de informação.

A discussão sobre a televisão no Brasil passou por um processo de remodelamento, houve a mudança do analógico para o digital através do uso de aparelho conversor. Contudo, o momento que atravessou inúmeras situações poderia ter permitido a inclusão digital de forma mais democrática, no entanto o que se viu foi um embaraço, no qual não se obteve acesso à consulta popular sobre os benefícios ou não da implementação do sistema digital. O que se obteve foram milhares de aparelhos sendo trocados por televisões de sistema com tecnologia avançada, que possibilitasse o acesso, e campanhas para que os usuários utilizassem conversores. Nesse sentido, é necessário pensar nas interferências sofridas nesse processo, quais as condições de uso e quem é o verdadeiro beneficiado, se não o sistema de televisão que existe no Brasil.

2 A Televisão como inclusão

Um dos principais meios de comunicação no país ainda é a televisão, pois ela é a detentora dos processos informacionais que mais influencia as pessoas. A sua invenção segundo Raymond Williams:

não foi um evento isolado nem uma série de eventos, mas dependeu de um conjunto de invenções e de desenvolvimentos em eletricidade, telegrafia, fotografia, cinema e rádio. Pode-se dizer que o invento se destacou como um objetivo tecnológico específico entre 1875 e 1890 e, em seguida, após um intervalo, desenvolveu-se a partir de 1920, como um empreendimento tecnológico específico até os primeiros sistemas de televisão pública na década de 1930. Mesmo assim, em cada um desses estágios, a invenção dependeu, em parte, de alguns inventos concebidos inicialmente para outros fins. (2016, p. 28)

Muitos se informam por meio de telejornais, assistem novelas, programas de entretenimento, que de certo modo conseguem colocar na tela as múltiplas realidades do cotidiano, seja de forma ficcional ou não. Porém, pouco do que se recebe com este meio são informações que contemplem grupos diversificados. As programações disseminam um meio massivo de conteúdo, o qual nem sempre consegue atender as necessidades reais daqueles que os consomem e também deixam de fora uma grande parcela da sociedade, seja por não atender com a programação ou por esta parte não ter aparelho em casa.

A televisão já passou por diversos períodos históricos no Brasil, sempre teve destaque por ser o canal de maior disseminação de conteúdo e programação para os espectadores. Embora nem sempre seja vista como benéfica por alguns estudos, outros apontam que ela poderia melhorar a forma de produção e eleger os tópicos que possam tornar a sociedade mais participativa e engajada no que diz respeito a fatores como educação, saúde, moradia e uma infinidade de potencialidades que poderiam estar compreendidas no rol das antenas de TV. Elas, que agora mudaram para conversores, promovem a discussão de como a televisão tem potencial para colaborar com a população veiculando notícias, matérias e programas que possam disseminar conhecimento e ao mesmo tempo manter qualidade no que é produzido.

O tema inclusão é hoje uma das maiores pautas a serem discutidas pela sociedade civil, seja pelas minorias ou por grandes grupos. No entanto, falar sobre isso é abrir espaço para o novo. A televisão passou por um período de renovação e de transformações entre o sistema analógico e digital, enfrentou situações conturbadas em um período político,

em que o que estava em jogo não era apenas como as plataformas iriam ser colocadas à disposição do público, mas sim, do que ele realmente gostaria de assistir. As pautas levantadas sobre essas mudanças foram muitas vezes motivo de enfrentamento político ideológico, em que a discussão não passava pela consulta popular, ou seja, não houve debate aberto com a sociedade civil sobre os rumos da televisão brasileira, pois a forma já estava dada.

Algumas perguntas ainda permanecem em cheque: para quem a TV foi feita e qual é a sua verdadeira função? Desse modo, estas são questões que os avanços sobre seu rumo poderiam ter sido debatidos, pois eles interferem no cotidiano, tendo em vista em ela está presente em quase todos os lares brasileiros, além de consultórios, bares, festas. O Brasil possui uma rede de emissoras, com grupos pequenos, que comandam diariamente a distribuição de programas e o que será por eles abordado, na maioria das vezes seus conteúdos não passam por uma regulação, como já existe em outros países. Mesmo com alguns pontos positivos como o tipo de conteúdo, horário e classificação como medida adotada para que crianças e adolescentes não sejam expostos a tais, ainda assim, as discussões sobre como regular e fiscalizar são, de certa forma, ignoradas pela corrida capitalista.

Em seu trecho introdutório sobre este tema, o autor Valério Cruz Brittos trata a questão da regulamentação em sentido histórico:

Após o início da reestruturação capitalista na década de 70 do século passado, os setores de telecomunicações e de radiodifusão têm passado por um processo generalizado de desregulamentação, reposicionamento do Estado, formação de novas maneiras e instâncias de regulação, internacionalização e incremento da concorrência. O atual período de desenvolvimento do capitalista é caracterizado pela mudança do papel do Estado, que progressivamente se afasta da atividade econômica direta e altera qualitativamente a regulamentação, redirecionada ao fortalecimento dos mercados. O Estado passa de uma linha intervencionista, de produtor de bens e serviços e controlador dos ciclos econômicos, para uma posição de repassador ao mercado de grande parte das suas atividades, afastando-se também em grande medida da sua função fiscalizadora. Contudo, a regulamentação que emerge não representa uma eliminação do papel do Estado, mas o seu (re) posicionamento no sentido de garantir a hegemonia da classe dominante, o que gera alterações no modo de regulação e na estrutura dos mercados em cada país.

As diferenças em cada caso estão relacionadas com a dinâmica histórica da luta de classes. (2010, p. 87-88)

Além disso, existe segmentação regional dentro de um país multicultural, o qual a televisão não dá conta de suprir, deixando de fora muito do que é Brasil em sua magnitude de um universo multi e não uno e homogêneo. Tudo isso acaba desencadeando um sentimento nacional, de uma identidade única: ser brasileiro é?! Contudo, Priolli aponta que:

A televisão tem sido um poderoso instrumento de difusão desse sentimento nacional, que articula incluídos e excluídos em torno de uma certa ideia básica de Brasil, e existe ao mesmo tempo como unidade e diversidade. Cumpre esse papel, com mais clareza, desde o início dos anos 70, quando a tecnologia permitiu a implantação de uma rede de telecomunicações em todo o território e as imagens puderam trafegar a longas distâncias. Centrada no Rio de Janeiro e em São Paulo, os dois maiores mercados de produção e consumo do país, a indústria televisiva expandiu-se para todos os outros estados e vem produzindo um determinado imaginário – por meio, sobretudo, das telenovelas e dos noticiários-, que se pretende nacional e que acaba sendo assim apreendido, com consequências profundas na política, na economia e nas relações sociais. É o Sudeste branco falando para o Brasil, em nome do BRASIL, como se fosse todo o Brasil, e com a anuência pacífica da maioria dos brasileiros. (2003, p. 15-16)

Há uma pequena parcela de emissoras que conseguem sustentar seu império através da publicidade, o que possibilita, em grande parte, que a fatia do bolo não seja dividida. Sendo assim, outros proprietários ou possíveis disseminadores de conteúdo utilitário não conseguem chegar até os cidadãos. Um dos poucos exemplos é a TV Escola, que distribui produto educacional, mas que ainda assim não tem o retorno de mídia capaz de atingir uma grande parcela da população a qual desperte interesse na grande camada da sociedade.

É por essa via (da televisão educativa) que os processos de informação se tornam fortes propulsores da inclusão, pois por meio dela é que muito pode ser compartilhado. Porém, com a gula pela implantação de um sistema moderno que não seja interno, mas que tenha interesse direto com o que se ganha com ele e quem se beneficia dele é que impede o avanço de integrar público e TV com a propagação de conteúdos com melhor distribuição e mais democráticos.

3 Da TV digital à internet

O avanço tecnológico e a corrida pela informação instantânea provocaram mudanças no modo de noticiar e transmitir informações. A televisão, que sempre teve sua posição primária em relação aos meios de comunicação, passa a se transformar diante desse advento. Com as inovações vieram também os questionamentos do modo como ela é vista na sociedade, quais são seus conteúdos e para quem eles são, para quê e para quem serve, quem se beneficia disso. Sem estas perguntas não há como discutir o seu papel e o que pode ser feito em relação ao que é exposto na mídia, nas programações e todos os setores que podem ou não colaborar para o seu crescimento ou até mesmo seu desaparecimento.

A TV digital enfrentou momentos de discordância entre governos e projetos que poderiam beneficiar a população, no livro da autora Patrícia Maurício (2012) o que fica visível é o ato falho de não levar em conta o que realmente deve ser proposto e propagado por este meio e pelos canais detentores das maiores parcelas das concessões para exibir seus conteúdos de forma livre e independente. De acordo com a autora:

A TV digital traz uma série de vantagens para o espectador: ele pode parar o programa, sair e recomeçar do ponto em que parou quando voltar (inclusive pulando os comerciais, o que promete dar uma reviravolta na publicidade); pode parar o programa e comprar um item que aparece na tela, como o brinco da atriz da novela, pelo controle remoto; pode assistir ao jogo de futebol do ponto de vista da sua torcida, com o áudio dela, além de abrir janelas para ver o jogo por outros ângulos e enviar mensagens de texto aos amigos comentando as jogadas, entre muitas outras possibilidades. No início das discussões sobre o novo meio, as emissoras logo pensaram nas vendas, como o brinco da atriz. O governo Lula, por sua vez pensou inicialmente em usar o novo meio para educação a distância e serviços, como marcações de consultas no SUS. (2012, p. 16)

Com a chegada da TV digital no Brasil e as perspectivas do que ela poderia proporcionar, nota-se claramente os diferentes posicionamentos em relação a sua usabilidade. Em muitos casos ela poderia ser útil à população promovendo políticas públicas, de outro lado há o valor comercial sobre vantagens e lucros obtidos pelo

consumo de televisão, seja na venda de aparelhos, seja no conteúdo transmitido. Não basta apenas transformar os processos se não olhar para aqueles que mais necessitam das suas benfeitorias. Importante, nesse sentido, enxergar as consequências que um novo meio pode trazer para este tipo de situação. De um lado, há um governo que se posicionou a favor dessas políticas e, de outro, o capital, com a pretensão de vender produtos ao consumidor.

Nesse caso, existem modelos como o dos Estados Unidos, Europa, América Latina e outros que foram cogitados para o nosso sistema, até mesmo implantar um modelo próprio. Embora o dos japoneses fizesse frente, foi o americano que conseguiu aglutinar esta parcela da discussão. As divergências passam não apenas por grandes corporações, mas também pela parcela governamental que tem a chancela de optar ou não pelo mais adequado. A TV Digital tende, gradualmente, a impor-se como o modelo televisivo mundial, daí também a necessidade de o país migrar para o novo sistema (BOLAÑO e BRITTO, p. 57, 2007). A sociedade não tem o devido retorno em meio a essas disputas, pois não há consulta pública para saber a opinião de qual seria o ideal e menos oneroso. A economia de capital sempre fala mais alto e quem acaba ganhando espaço é quem tem maior poder de investimento.

Mesmo com a opção de o próprio país ter seu meio de comunicação, por exemplo, como existe em Londres, mais precisamente a rede pública de rádio e televisão do Reino Unido, a BBC. Essa emissora de televisão, caracterizada por ter seu financiamento pago pelos usuários, diferente do nosso modelo, é um dos pontos que as diferenciam em formato de produzir conteúdo. A passagem do analógico para o digital, no caso do Brasil, foi motivo de discutir não o que o público queria ver, mas sim, a quem se daria o direito de financiar e quem se beneficiaria com isso, quando poderíamos ter implantado nossa própria tecnologia e ter explorado um espaço aberto de discussão. O sistema americano acabou sendo o motivador e influenciador do que hoje se vê no Brasil.

Em virtude de muitas remodelações, as casas com aparelhos mais antigos enfrentaram dificuldades³ de não poder ver os canais mais usuais em uma sintonia e

³ Mudanças do analógico para o digital e perda da inclusão, conforme matéria da Agência de Notícias IBGE: “Estas residências ficariam sem meios de assistir à TV no caso do desligamento do sinal analógico aberto, o que está previsto para acontecer até 2023 em todo o país. São domicílios que não contam com TV por assinatura, conversor para o sinal digital ou antena parabólica.”

frequência de forma nítida e sem ruído, pressionando corporações a oferecer de forma gratuita um aparelho conversor para melhoria de sinal. Outro problema a ser enfrentado após a implantação foi a troca de aparelhos novos por outros mais modernos que contribuíram para a exigência do mercado financeiro (a troca do velho pelo novo), porém os custos de um novo aparelho são inacessíveis para grande parcela da população. Nesse caso, há nisso a passagem da lógica de mercado e de capital, que ao mesmo tempo precisa se beneficiar de necessidades e de tecnologias para promover a busca incansável pelo lucro. Eugênio Bucci (2003, p. 10) fala sobre esta questão apontando que: a aparente antropofagia televisiva nada mais é que a lógica do capital: não liberta, mas reprime.

Diante desses acontecimentos sobre as transformações da TV é atenuante que mudar é característica de enfrentamentos, que requer discussão, análise e observação do que elas implicam. O sistema digital atualmente passa a enfrentar a internet, entretanto, fica cada dia mais difícil separar uma da outra. Um dos problemas de não dar a devida atenção à internet é que os usuários também se transformaram. Muitos ainda não têm acesso, porém muitos dos que a utilizam já têm a televisão como seu principal meio de informação, aqueles que ainda assistem é por meio da rede, que permite ver pelo *streaming*, reprise e resgate de rever conteúdos, essa é uma das grandes vantagens da era digital. A TV também precisou ser interligada a ela para entrar na corrida da informação acelerada. Antes o espectador esperava dias para ver uma programação ou não conseguia pular o comercial publicitário. Nesse sentido, a internet possibilitou aos usuários uma maior autonomia, algo que antes não era possível.

Muitos são os programas patrocinados ou sustentados pela publicidade que precisaram concorrer com a internet. Portanto, houve a intenção de unir conteúdo em plataformas digitais para continuidade dos seus propósitos. A corrida destes desafios é incessante, pois existem públicos diversificados, segmentados e exigentes. Desse modo, o modelo tradicional de televisão é modificado pelas novas tecnologias.

As tecnologias deixam o cenário mais aberto para as discussões dos usuários, e estes querem cada vez mais ser ouvidos e não apenas consumir informação de forma passiva. Este é um dos maiores desafios que o modo de fazer televisão está enfrentando

atualmente. Não é possível continuar a ignorar o telespectador, ele precisa ser ouvido. De acordo com Eugênio Bucci (2003, p. 8) “O telespectador que se formou como um brasileiro hipnotizado pelas imagens do projeto nacional – essas imagens o constituíram brasileiro – flana hoje como um consumidor da cultural mundial.”

Nesse sentido, o telespectador é o sujeito do cotidiano que passou a viver outras realidades a partir da televisão, do meio virtual e hoje ainda mais com a tecnologia. Este cidadão da televisão já está conectado com este meio de produção de informação e de produtos mercadológicos, os quais ele não consegue ficar dissociado. O mesmo ocorre com os modos e a forma que transformam este cidadão em consumidor, ele não apenas é passivo com a chegada das tecnologias ele quer ser sujeito ativo da ação. Sendo assim, a forma de fazer televisão passa por um novo cenário, em que o telespectador quer participar e opinar.

Em certa medida a televisão ainda é o principal meio de comunicação, que tem em seus objetivos a busca aprimorada pelas tecnologias para não ficar atrás de subversões ou outros formatos de chegar até o público de maneira ágil e fragilizar o seu poder hegemônico. Mesmo que alguns meios de assistir televisão possam ser burlados como no caso de assistir TV pirata ou de comprar aparelhos que capturam os sinais de forma ilegal, ainda assim eles conseguem chegar em grande parte da sociedade, pois a intenção é sempre a lógica comercial. Embora muitas vezes transmutada em outras pretensões que não a vendagem de produtos através dos comerciais.

Ainda há muito o que refletir sobre o papel exercido pela televisão e de como as tecnologias estão imbricadas em seus processos de mudanças. Para Williams, existe alguns questionamentos sobre seu desenvolvimento: “Como a tecnologia se desenvolverá de agora em diante não é questão de algum processo autônomo dirigido por engenheiros distantes. É uma questão de definição social e cultural, de acordo com os fins que se buscam.” (2016, p. 143)

Considerações finais

Atualmente é possível perceber o afastamento atual de alguns veículos, não somente a TV, como, por exemplo, jornais, revistas, que em algum momento optou por aglutinar a tecnologia digital aos seus produtos. Isso se deu em virtude de que a publicidade dada por meio desses canais e mantidos em grande parte com apoio publicitário não conseguem mais sustentar os pequenos grupos que detêm a maioria das concessões no Brasil e partem para a corrida informacional através de plataformas digitais menos custosas. Em dado momento alguns veículos se afastaram, e retomaram a forma anterior de produzir matérias e programas, porque o lucro vem em grande parte da publicidade impressa/televisionada.

Diante desse cenário, as grandes empresas se viram obrigadas a participar da busca instantânea de informação. Com isso, temos cenários de muitas matérias sendo distribuídas na rede sem alguns filtros e formatos que antes eram característicos do modo de produzir notícias e programas de televisão. De acordo com Bauman “a velocidade do movimento e o acesso a meios mais rápidos de mobilidade chegaram nos tempos modernos à posição de principal ferramenta do poder e da dominação.” (2001, p. 17)

Com base nos índices de usuários de aparelhos como *smartphones*, computadores, e outros equipamentos que possam ser conectados à rede *wireless*, a televisão se viu num cenário da era digital e não pôde não colocar na sua agenda os números que iriam crescer com a venda de novos aparelhos de TV de última geração com as *smart tvs*. Dessa forma, a base ideal que poderia ter possibilitado milhares de pessoas com acesso a conteúdo de qualidade e com uso da tecnologia se viu novamente nas fronteiras do capital, em que o mais importante é o negócio a se fazer e não a que conteúdo o usuário poderá assistir.

Depois que o Brasil passou por um período de reestruturação, a teledifusão não foi interrompida, tampouco possibilitou mais abertura para novas propostas como a inclusão das TVs comunitárias. De certo modo, mesmo em lugares mais longínquos, ainda é possível que algumas casas tenham aparelhos antigos como os tubos e que mesmo com a ideia de propagar uma reformulação na aquisição de aparelhos novos, dados apontam que existem muitas famílias que não possuem uma renda que permita adquirir um produto como este e muito menos instalar um conversor. O grupo Globo promoveu a distribuição gratuita para família de baixa renda, pois a verdade é que nenhuma casa pode ficar sem a programação diária de informação passiva.

As chances de mudanças são inúmeras, esta pesquisa ainda busca a continuidade de conhecer em maiores detalhes os longos anos de televisão brasileira e todas as características que fazem dela ainda o produto de consumo mais vendido no Brasil. Cabe ainda um melhor aprofundamento de análise dos processos midiáticos e interferências no cotidiano, pois ela ainda é maior fonte e modo de se manter informado, porém sabe-se que os avanços tecnológicos possibilitam um canal aberto e de forma que o sujeito não seja apenas passivo e sim ativo nos processos informacionais. É preciso salientar que falta uma distribuição de concessões mais justa e que haja regulamentação desse meio de produção. Talvez seja por isso o motivo de muitos estudos sobre televisão, porque não se pode abster das causas e efeitos e do modo como esse veículo de informação é concebido e disseminado em nossa sociedade.

Referências

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS, IBGE: Disponível em: <
<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20102-em-2016-6-9-milhoes-de-domicilios-dependiam-do-sinal->

BOLAÑO, César & BRITTOS, Valério. A televisão brasileira na era digital. São Paulo: Paulus, 2007.

BRITTOS, V.C. (Org.) TV digital, economia política e democracia. São Leopoldo, RS: Ed. UNISINOS, 2010.

BUCCI, Eugênio (org.), HAMBURGER, Esther, COMPARATO, Fábio Konder, PRIOLLI, Gabriel, SIMÕES, Inimá, FILHO, Laurindo Lalo Leal, BACCEGA, Maria Aparecida, KEHL, Maria Rita, MOREIRA, Roberto, LOPES, Vera de Oliveira Nusdeo. A TV aos 50. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. Editora: Fundação Perseu Abramo, 1ª reimpressão, 2003.

CARVALHO, Patrícia Maurício. Conflitos na TV digital brasileira / Patrícia Maurício Carvalho. – Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Apicuri, 2012.

DUPAS, G. Ética e poder na sociedade da informação. São Paulo: Editora UNESP,

2001 (2ª ed. Revista e ampliada).

HALL, Stuart. Cultura e Representação/Stuart Hall; Organização e Revisão Técnica: Arthur Ituassu; Tradução: Daniel Miranda e Willian Oliveira. – Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016. 20 p. il.; 21 cm

LEAL FILHO, L. A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia / Jesús Martín – Barvero; Prefácio de Néstor Gracia Canclini; Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 7. Ed., 1. Reimp. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

WILLIAMS, Raymond, 1921-1988. Televisão: tecnologia e forma cultural / Raymond Williams; tradução Marcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. – 1. Ed. – São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: MG: PUCMinas, 2016.