Televisão digital multimídia: A TV terrestre, 3D e na internet[1]

Valério Cruz Brittos[*]
Maíra Carneiro Bittencourt[**]
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO: Este artigo discorre sobre os diferentes formatos de televisão digital que coexistem e inovam-se constantemente para manterem-se ativos na vida social. Buscando identificar as problemáticas de mercado e a aceitação de produtos, o texto apresenta as características, semelhanças e diferenças entre a televisão digital terrestre, a 3D e a na internet evidenciando o que há de próprio em cada um dos modelos. Através dessa reflexão procura-se mapear os espaços de presença e os públicos envolvidos no processo de escolha por um ou outro estilo percebendo como está a manutenção dos produtos.

PALAVRAS-CHAVE: TV digital e novas mídias; processos midiáticos; audiovisual e internet; comunicação e capitalismo.

INTRODUÇÃO

Nesta *Fase da Multiplicidade da Oferta* – em que se vive a expansão tecnológica voltada aos diversos suportes de comunicação, alavancados pela expansão da banda larga, como iPods, *lap tops*, celulares e iPads, entre outros – a televisão terrestre busca ancorar-se em novidades para garantir a manutenção de seu espaço. O desenvolvimento da TV digital e da tecnologia 3D são alternativas para não perder esse espaço para as novas tecnologias disponíveis através da banda larga.

Nesse artigo será tratado televisão convencional, por o formato conhecido de televisão terrestre onde existe um conteúdo emitido por um veículo e o telespectador que assiste, não interage ativamente com o veículo e recebe informações em fluxo. Por "PluriTV", será utilizado o conceito de outros formatos, diferentes do primeiro citado como, por exemplo, onde não existe fluxo, onde é possível escolher o horário para assistir a programação desejada, onde há possibilidade de gravar ou fazer *download* de produtos entre outros, enfim, onde há alguma variação no modo de conceber a televisão.

O trabalho está dividido da seguinte maneira, o primeiro tópico "A TV digital

---

[1] Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[*] Professor titular no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), coordenador do Grupo de Pesquisa CEPOS (apoiado pela Ford Foundation), doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas, pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), e vice-presidente da Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-Federación). E-mail: <val.bri@terra.com.br>.

[**] Mestranda em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Jornalista, graduada em Comunicação Social – hab. Jornalismo. pela Universidade Católica de Pelotas. bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e membro do Grupo de Pesquisa CEPOS (apoiado pela Ford Foundation). E-mail: <maira_bittencourt@hotmail.com>.

terrestre" trata exclusivamente da televisão convencional acrescida de um *upgrade* em relação à qualidade de imagens, algumas possibilidades de interatividade e alterações no modo de assistir televisão adicionados pelos próprios veículos de televisão convencional.

O segundo tópico "A TV digital 3D" destina-se ao histórico e descrição de produtos em formato de 3 dimensões, percorrendo as propostas, o que já foi realizado e as perspectivas desse modelo.

No terceiro tópico "A TV na internet" faz-se uma abordagem dos conteúdos, modelos e formatos de audiovisual que existe na internet e pode ser considerado como nova TV. Analisa-se esses conteúdos identificando suas formas de apresentação e modo de atingir o público.

Por fim, o último tópico "Perspectivas e formatos do novo modo de assistir televisão" dedica-se a um comparativo de características dos formatos descritos anteriormente, fazendo uma reflexão sobre o mercado e os consumidores para perceber em que aspectos cada um salienta-se e distingue-se se tornando parte da vida social.

1.1 – A TV DIGITAL TERRESTRE

Motivados, principalmente, pelo interesse da indústria de equipamentos em manter o elevado patamar de renovação de televisores, os estudos da TV de alta definição começaram em 1970 e foram apresentados, pela primeira vez publicamente, em 1981. Considerando que a última invenção de impacto tinha sido a introdução da televisão a cores, fez-se necessário um estudo para tecnologias diferenciadas suficientemente inovadoras a ponto de fazer o consumidor trocar seus televisores, havendo assim, manutenção das vendas de equipamentos.

Buscando atingir essa meta foram desenvolvidos estudos para a televisão conhecida como digital. Ela reúne características da analógica e da por assinatura acrescida de inovações:

> As vantagens variam conforme as diversas modulações possíveis, mas podem ser resumidas a: superior qualidade de imagem e áudio, multiplicação da capacidade de transmissão de sinais televisivos e transporte de serviços e recursos complementares, dotando a televisão tradicional de interatividade.[2]

A partir desse fator, desenvolveu-se uma tecnologia para maior aproximação do

[2] BOLAÑO, César Ricardo; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital:** exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007. p. 56.

telespectador. Baseado em estudos psicológicos e visuais percebeu-se a importância, entre outras, do aumento das proporções da tela.

Entre os atrativos relacionados a essa mudança estariam às promessas de serviços e recursos complementares como diversos ângulos das cenas, espaço de auxílio para deficientes físicos - como linguagem de sinais - hipermídia e conteúdos informativos, a exemplo de dados meteorológicos, financeiros, etc., além da possibilidade de gravação de programas, interatividade e multiprogramação.

Em 2 dezembro 2007 houve a primeira transmissão de sinal de TV digital no Brasil. A solenidade reuniu 2000 pessoas dentre elas representantes governamentais e empresários do setor. No ano de 2008 começou-se uma campanha pela popularização da televisão digital brasileira. Apesar de diversas cidades já possuírem o sinal digital a expectativa de público consumidor é pequena.

O objetivo então era planejar um sistema que causasse no telespectador a sensação de mais proximidade com o vídeo. O Japão e a Europa também desenvolveram pesquisas pioneiramente, mas foi os Estados Unidos que colocou a primeira televisão digital em prática e acesso. "Enquanto europeus e japoneses disputavam a hegemonia da norma técnica para a HDTV, ainda parcialmente analógica, em 1992 os Estados Unidos fizeram o primeiro anúncio de regulação sobre a conversão da televisão convencional em digital de alta definição".[3]

O padrão adotado pelo Brasil foi o ISDB-TB uma adaptação brasileira do modelo utilizado pelo Japão - o *Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial* – escolhido, entre outros motivos, por atender melhor as necessidades de energia nos receptores e pela mobilidade – não disponível em modelos como dos Estados Unidos, onde não é possível receber sinal de televisão digital em celulares, por exemplo, ou Europa, onde é necessário efetuar pagamento por esse serviço.

Através da digitalização acontece uma ampliação de possibilidades de convergência e de desenvolvimento da multimídia. Isso porque, existe uma redução de custos de transmissão, o que permite uma maior oferta de canais e serviços. Com isso, uma maior fragmentação do consumo, ampliando ainda mais os horizontes de venda e publicidade.

As diferenças técnicas do sistema digital de televisão estão nas transformações de som e imagem em dados por meio de um código binário, "sendo os sinais

[3] BOLAÑO, César Ricardo; BRITTOS, Valério Cruz. op. cit., p. 98.

transmitidos em séries que combinam os dígitos 0 e 1, a mesma linguagem utilizada por computadores".[4] Esses são sinais transmitidos e capturados por antenas e podem ser também redistribuídos por cabos.

O que se pode considerar um avanço importante são os investimentos para fabricação de chip de televisão digital nacionalmente através de investimentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) que dedicou recursos não-reembolsáveis a pesquisa e desenvolvimento interno o que resultou na fabricação de chips através da PUC-RS. Além desse ponto, outro que merece destaque é i middleware Ginda que permite ações de interatividade de modo independente da plataforma de hardware dos fabricantes de set-top-boxes. O que foi resultado de pesquisas lideradas pela PUC-Rio e pela Uriversidade Federal da Paraíba (UFPB).

O distema digital exige também um novos modelo para medir audiência televisiva, então o instituto Ibope, passou a adotar um medidor chamado de DIB 6, uma nova versão do antes utilizado DIB 4. Além da audiência o DIB 6 auxilia na medição de preferências dos telespectadores no computador e no celular através de um software instalado nos mesmos.

Resumindo as possibilidades pode-se dizer que o formato adotado pelo Brasil permite a transmissão em alta definição, multiprogramação utilizando o codec H.264 do MPEG-4 (modelo de compressão utilizado pelo Brasil) que permite transmitir até 2 canais HD (1080i), 4 Canais HD (720p) ou 8 SD (480p) pela mesma transmissora– de acordo com a legislação disponível – interatividade com o suporte do Ginga, Compressão de áudio em MPEG-4 H.264, compressão de vídeo HDTV/1080i (1920 colunas por 1080 linhas entrelaçadas, 16:9 ou HDTV/720p (1280 colunas por 720 linhas progressivas, 16:9) ou SDTV/480p (720 colunas por 480 linhas progressivas, 4:3) ou ainda LDTV/1SEG (320 colunas por 240 linhas, 4:3) e modulação COFDM dividido em 13 segmentos da portadora de 6 MH.

Contudo, a mudança de padrão não tem sido aceita totalmente, de forma mais acentuada no Brasil. Existem diversas dificuldades, por isso ainda não há uma total expansão do sistema. A principal característica é a falta de adesão do usuário, isso porque ainda encontram-se valores elevados dos aparelhos televisores e decodificadores e ao mesmo tempo percebe-se que o telespectador não identifica nenhum atrativo a mais, fazendo com que não desperte seu desejo pela aquisição do novo bem.

[4] Ibid., p. 95.

O que se observa é que as diferenças ficam somente na questão da melhor qualidade de imagem, onde o sinal não conta com chuviscos ou imagens de baixa qualidade e sim o receptor tem a imagens com alta qualidade ou essa não chega Na TV digital o sinal é recebido integralmente, enquanto na analógica cerca de 50% se perde. No caso de recepção do sinal digital em um aparelho decodificador, há perdas de qualidade, pois o sinal digital é transformado em sinal analógico. Diferente do que a maioria pensa, o decodificador não transformará o sinal em digital e sim ao contrário, ele irá transformar a imagem em analógica, para que seja reproduzida em aparelhos analógicos. Mas isso parece não ser atrativo suficiente para uma aquisição de novos televisores.

Quanto a multiprogramação já sabe-se que não haverá, ao menos enquanto as regras continuarem do mesmo modo. No Brasil está autorizada a multiprogramação somente para canais públicos detidos pela União, com exceção da TV Cultura de São Paulo. Os outros somente contarão com um canal em alta definição.

1.2 – A TV DIGITAL 3D

Depois do sucesso do cinema em três dimensões, a TV prepara-se para estrear abertamente essa nova possibilidade (ambos na modalidade digital). No Brasil, as gravações pioneiras em 3D remetem a 2009, mas a primeira transmissão ao vivo nesta modalidade é de 2010. Foi com a exibição dos desfiles das escolas de samba do grupo especial do carnaval do Rio de Janeiro, realizada pela Rede Globo e pela Net (através do canal 750 – apenas na capital carioca), experiência captada por pontos com televisores específicos.

As duas empresas prometem operar em 3D ainda em 2010, estando a Globo programada para transmitir neste sistema alguns jogos da Copa do Mundo. Concomitantemente, as empresas Panasonic, LG, Toshiba e Samsung já possuem aparelhos planejados com telas planas para tal tipo de emissão, porém, somente a LG que entrará no mercado ainda essa semana com os produtos que lançaram no início de março deste 2010.

Além dos televisores, as empresas esperam novamente conseguir emplacar com o Blu-ray, já que não foi possível ainda derrubar os DVDs. Para isso, Samsung e Sony estão se preparando para reproduzir através de seus equipamentos as produções de Hollywood em 3D voltadas à disponibilização também doméstica, por intermédio do Blu-ray. Além dos televisores, a tecnologia muito em breve pretende atingir os

computadores, *video games* e celulares.

A exemplo da televisão digital, o consumidor poderá optar por um aparelho já com imagens em 3D ou um com imagens em 2D com possibilidade para adaptações. Porém, apesar das pesquisas que estão sendo desenvolvidas para suspender o uso de óculos, os já conhecidos óculos polarizados utilizados nas salas de cinema 3D ainda não serão dispensados, provavelmente vindo a constituir-se como mais um objeto a fazer parte dos lares brasileiros.

Se for remontado o processo recente do cinema, vê-se que ele já conquistou públicos recordes em bilheteria e até mesmo premiações, através da inclusão da tecnologia em filmes como, por exemplo, *Avatar*. Todavia, persistem controvérsias se o 3D irá superar o tradicional 2D. Para essa reflexão, deve-se lembrar do surgimento de tecnologias anteriores. Quando do aparecimento do áudio nas imagens cinematográfica, ou mesmo da cor, mais tarde, havia expectativa que houvesse produção paritária das duas formas, o que não vingou. O consumidor, a partir do momento que se habitua a uma inovação que avalia como positiva, tende a não querer abrir mão dela. Prova disso, é que, entre os 10 filmes que mais arrecadaram no mundo em 2009, quatro são produções em 3D, quais sejam: *Avatar*, *Up-Altas aventuras*, *Monstros vs. Alienígenas* e *A Era do Gelo 3*.

Quanto à televisão, a idéia é não ficar para trás; além de eventos de grande porte, como o carnaval e aquelas programações mais consolidadas, como as telenovelas, o setor de produção audiovisual também estuda investir na cobertura de atividades esportivas em 3D, não obstante dados conteúdos, como o jornalismo diário, em princípio não tenham porque coletar e distribuir conteúdos em três dimensões.

Apesar do nome indicar três dimensões, os produtos 3D possuem duas dimensões, altura e largura, elaboradas de maneira que proporcionam a sensação de possuírem três. Através de óculos especiais, os quais disponibilizam uma imagem diferente para cada olho, modificam o ângulo (da altura e largura) das imagens, fazendo com que o cérebro seja capaz de criar a ilusão de profundidade. A vantagem da tecnologia em três dimensões é principalmente referente à possibilidade de uma experiência mais profunda com as imagens. Os detalhes são mais ricos e pode-se perceber a ideia de profundidade.

Em outras palavras, para compreender a questão facilmente, é só lembrar que as pessoas possuem dois olhos, que, por sua vez, permitem uma visão bifocal. O que a tecnologia proporciona é a exibição do objeto com uma pequena diferença para cada

olho, fazendo uma composição, a fim de que o cérebro identifique como três.

Ainda existem problemas técnicos a serem resolvidos, referentes a esse modo de fazer as três dimensões, pois hoje se constata que até mesmo a mais moderna das tecnologias 3D ainda causa fadiga ocular, se o telespectador passar muito tempo assistindo às imagens. Por isso, o acompanhamento tem sido constante e têm surgido muitas parcerias de empresas de tecnologia com médicos e pesquisadores da área. A explicação para essa fadiga é que quando a tecnologia 3D está em uso as imagens parecem sair da tela e ficam mais próximas do telespectador: para captar essa distância é realizado um esforço mental, com o intuito de que o cérebro reconheça o local onde colocar o foco da visão.

O normal da visão humana é que seja focalizada na posição do objeto em primeiro plano. Para entendimento, pode-se pensar o seguinte: olhando-se para a própria mão, consegue-se visualizá-la com nitidez sem esforço aparente. No entanto, quando se deseja perceber o que está atrás dessa mesma mão, precisa-se enviar um comando para o cérebro, que desfoca o olhar para além da superfície encontrada no primeiro plano.

Nesse rumo, para visualizar as imagens em 3D os olhos precisam realizar pequenos e freqüentes ajustes de foco. É essa atividade cerebral que pode tornar-se cansativa. Além disso, embora pequena, existe a possibilidade de pessoas que já possuem problemas de visão não conseguirem enxergar em três dimensões.

Entretanto, essas dificuldades provavelmente serão superadas, com evolução técnica ou superação, por parte dos espectadores. Também um dia houve indícios de problemas à saúde referente à utilização dos celulares, quanto à possibilidade de câncer e outras doenças. Foi um momento superado pela sociedade e hoje quase a totalidade das pessoas possui aparelho telefônico móvel. Não necessariamente há plena convicção de inexistência de problemas de saúde com o uso do aparelho, mas a sociedade ultrapassou os obstáculos.

Evidente, ainda não é possível afirmar que as imagens com profundidade irão sobrepor as convencionais, principalmente porque o sistema ainda é precário. A necessidade de utilização de óculos, por exemplo, é um método arcaico e que prejudica a nova tecnologia. Contudo, apesar do pouco tempo de introdução do sistema no cinema, percebe-se forte adesão, sinalizando o que pode acontecer na televisão. Trata-se de uma situação diferente do que ocorreu com a TV digital, que, a despeito de grandes insistências, ainda não alcançou pleno êxito, o que talvez só obtenha através de expedientes como o 3D.

As empresas brasileiras têm adiantado suas pesquisas e avançado na tecnologia 3D. O Brasil praticamente acompanhou o lançamento mundial, ocorrido na Inglaterra apenas 15 dias antes da experiência brasileira. Apesar da falta geral de qualidade do conteúdo da televisão brasileira, o público demanda por evolução técnica e diferenciação.

1.3 – A TV DIGITAL NA INTERNET

Diversas tecnologias prometidas para a televisão digital brasileira já estão disponíveis através da *web*. A televisão na internet carrega em seu cerne características que ainda estão somente no papel, no que se refere à televisão digital terrestre, como, por exemplo, a possibilidade de interatividade, de multiprogramação, gravação e *download* de vídeos e qualidade de áudio e vídeo digital.

A TV na *web* é composta por vídeo e áudio disponíveis através de uma conexão via internet. Esses produtos audiovisuais podem ser assistidos através do monitor de um computador, da tela de um televisor convencional (através de um decodificador) ou por dispositivos móveis como telefones celulares e *Ipods*.

Um dos diferenciais é a possibilidade de acesso a conteúdos específicos. Através da navegação o telespectador pode encontrar mais facilmente aquilo que gostaria de assistir via *web* do que pela TV convencional, que proporciona menos canais, e ainda geralmente de variedades e com programação em fluxo[5] a qual o espectador deve programar-se de acordo com a grade de exibição da emissora. Já nos *sites* o modo de disponibilização dos conteúdos geralmente são com programação sob demanda, o telespectador pode montar sua própria grade através de *webcasting* (onde o usuário pode clicar e assistir aquilo que deseja no horário que mais lhe convém, ou seja, a todo momento é possível encontra o material a disposição) ou também pode optar pelos vídeos em tempo real, programação em fluxo.

Em outros sítios, o fluxo e o sistema de menu coexistem é o caso de alguns portais que constantemente exibem programação em fluxo, mas que se de desejo do espectador é possível acessar o que já foi exibido através de menus. Outra possibilidade dada pela televisão na internet é a opção de *download* de vídeos, nesse caso a apropriação do material pode ser maior, pois, faz-se possível a pausa, interrupção,

[5] À medida que o telespectador liga o televisor encontra sempre algum conteúdo sendo exibido. Esse mesmo não pode ser modificado, parado ou alterada a ordem de exibição ou tempo, ao menos no que se refere à televisão analógica.

associação e a visualização do material quantas vezes forem convenientes e dos mais diversos locais, até mesmo sem o acesso a rede.

Contudo, uma das maiores barreiras para a difusão do televisual *online*, é a baixa velocidade de conexão de internet que os usuários possuem. Os vídeos demandam de uma banda maior para que possam ser executados sem travamentos ou sem necessitar de um tempo muito grande para serem carregados. Os telespectadores, que estão acostumados com programação em fluxo, precisam receber o conteúdo da mesma maneira pela internet. A espera longa pelo carregamento ou os pulos de imagens e áudio são motivos fortes para não fidelizar a audiência. Porém, esse é um impasse que deve encontrar soluções brevemente, pois a cada dia há mais ofertas referentes à conexão e velocidade.

Outra questão é a democratização do acesso, o que passa por banda larga universalizada e computadores a custo baixo (este último item já vem tendo um considerável avanço, ao longo deste século). Outro elemento, que requer muita reflexão e investimento, é a expansão quanti-qualitativa da educação tradicional-digital, formando cidadãos cognitivamente aptos e motivados a buscar na internet conteúdos diferenciados, com relação ao modelo das indústrias culturais.

A diferenciação, no quesito escolha, ainda não faz parte do cotidiano social. Os usuários ainda estão muito ligados ao modelo de fluxo e de poucas escolhas. Em um país, onde a maior parte da população ainda utiliza somente televisão aberta, essa passagem para um formato onde a grade de programação pode depender do usuário ainda causa estranhamento. É preciso que haja um processo de formação, para que os cidadãos sintam-se capacitados a optar.

Por fim, ainda há um último impasse, em época em que se busca uma qualidade de imagem próxima ao que se vê na realidade os telespectadores, muito provavelmente não trocariam a alta resolução do aparelho televisor por uma qualidade mais baixa na *web*. A TV na internet deve buscar uma aproximação maior nessa questão para poder competir com as televisões convencionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:
As perspectivas e formatos do novo modelo de assistir televisão

Através dessa narrativa pode-se estabelecer um comparativo das realidades mundiais com a vivência brasileira de instalação e difusão da TV digital. Assim, o que

se está caracterizando como televisão é o formato do *conteúdo televisivo*, que consegue se "despender" do próprio aparelho. Pontuando especificamente a questão da TV digital no Brasil, trata-se de um processo onde os agentes privados, acabam por pressionar o Estado a tomar decisões que vão ao encontro de projetos particulares, ao invés do agente estatal considerar prioritariamente o benefício da sociedade como um todo.

Talvez se as ações do mercado não objetivassem somente a obtenção de vantagens econômicas para os conglomerados de mídia o país pudesse estar em outro nível de avanço tecnológico televisivo, onde os investimentos tomassem por base as características positivas de cada formato (TV digital, internet...) e utilizassem essas para avançar no formato das mídias, ou seja, se o governo olhasse para as possibilidades de mídias existentes e investisse pensando na qualidade de informação repassada ao público, talvez a TV estivesse planejada para outro formato, onde a *web* (que é o meio que mais cresce com baixo custo) teria vantagem sobre essa TV Digital que está sendo empurrada ao consumidor.

A televisão pela internet deve ser considerada, nos planos analíticos e mesmo de concepção, como parte de um novo ambiente midiático-televisivo, onde são identificados múltiplos canais de disponibilização e consumo de conteúdos audiovisuais. Trata-se de um novo conceito de televisão, a "PluriTV", que redimensiona inclusive o modelo televisivo tradicional. É a TV que se manifesta em vários lugares e é transmitida por meio de sistemas tecnológicos diversos. Apresenta-se como TV hertziana, a cabo, por satélite, por microondas, pela internet, pelo celular, por linha de IP, estando em casa, no escritório, no carro, no ônibus, em aparelhos móveis, no elevador e em outros lugares, acompanhando o usuário onde ele esteja. Trata-se de uma televisão altamente convergente, de forma que um mesmo conteúdo pode ter múltiplos aproveitamentos e desdobramentos, em cada uma dessas janelas televisivas.

Na essência, é digital, devendo, portanto, a chamada televisão digital (que é a sua versão hertziana) ser pensada nesta conformação, não isolada, como tentam manter os radiodifusores. A tendência de mercado de disponbilizar conteúdos audiovisuais em celulares, PDAs, PALMs e notebooks, dentre outras plataformas, permite a potencialização de estoques de produtos audiovisuais, valorizando as empresas que dispõem de importantes arquivos como ativos. Emissoras de televisão, como a Globo, têm novas oportunidades de mercado, assim como realizadores internacionais do porte da Disney, que atua em várias mídias.

Contudo, a digitalização é um possível caminho para a democratização da

comunicação, a partir da ação social. "Conceber outra televisão, ou uma internet, que remonte às utopias projetadas nos seus inícios envolve deixar de encarar os meios como ativos materiais e imateriais e vê-los como parte bastante significativa do que pode vir a ser um espaço público democrático".[6] Porém, existe clareza que a digitalização não será o instrumento de resolução de problemas referentes à construção de uma esfera pública democrática e popular, faz-se necessário que a mídia não fique somente na produção de mercadorias e sim, possibilite a construção de formas diferenciadas de organização das entidades produtoras, das programadoras e distribuidoras de fluxos comunicacionais.

Com o advento da internet e a proporção mundial que a rede possibilita, aqueles que até então eram meros espectadores, passam a produzir materiais e pautar o mundo. Com a *web* o poder de criar e passar informações aos mais diversos públicos foi concedido também, claro que não de forma igualitária, aos cidadãos comuns. Isso não significa o extremo de pensar que as questões de referentes à massificação foram superadas e que se vive uma democracia da comunicação, longe disso, o que é preciso perceber é o mundo deu passos para um outro rumo, antes não existente, e que nesse novo espaço há coexistência de produtos. Vale pensar que finalmente a sociedade civil tem uma poderosa arma de mobilização que é possível acioná-la.

REFERÊNCIAS

BOLAÑO, César Ricardo; BRITTOS, Valério Cruz. **A Televisão brasileira na era digital:** Exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

BOLAÑO, César Ricardo; HERSCOVICI, Alain; CASTAÑEDA, Marcos; VASCONCELOS, Daniel. **Economia política da internet.** Aracaju: UFS, 2007.

BOLAÑO, César Ricardo; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital:** exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

BRITTOS, Valério Cruz. Televisão e barreiras: as dimensões estéticas e regulamentares. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério. **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004.

BRITTOS, Valério Cruz. Televisão, concentração e concorrência no capitalismo contemporâneo. In: BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

PRETTO, Nelson De Luca; AMADEU, Sérgio (orgs). **Além das Redes de Colaboração:**

[6] Ibid., p. 90.

internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador, EDUFBA, 2008.