



## Os conteúdos digitais interativos e mobilização social<sup>1</sup>

Álvaro Benevenuto Jr.\*  
Jeferson Scholz\*\*  
Josmari Pavan\*\*\*  
Noele Tavares Scur\*\*\*\*

### RESUMO

O agir comunicativo na fase da convergência digital amplia as oportunidades de provocar a mobilização de atores sociais. Exemplos não faltam. A começar pela ocorrência dos *flashmob* – encontros festivos - ou não - agendados através de redes sociais até a publicação de *post* em *blogs*, em sítios de organizações não governamentais, *twitter*, *e-mails* e mensagens de texto nos aparelhos celulares, os chamados para estes encontros são difundidos de forma exponencial e resultam, na maior parte das vezes, em concentrações com grande número de pessoas. Esta ação, depende dos protocolos de acesso ao ambiente de comunicação digital e, conseqüentemente, do capital sociocultural e econômico dos atores. O propósito deste texto é refletir sobre o lugar de produção dos conteúdos digitais na mobilização social e sua alocação nos dispositivos midiáticos em multiplataformas.

**Palavras-chave:** produção de conteúdos, mobilização social, dispositivos midiáticos.

### Introdução

A oferta de múltiplos dispositivos para a difusão dos conteúdos digitais percebida nos últimos anos, cuja última edição da Computex 2011<sup>2</sup> destacou de forma relevante, dá contornos bastante definidos para uma comunicação social cada vez mais autoral, segmentada e com potência de distribuição determinada pela capacidade de

<sup>1</sup> Texto apresentado ao GT Conteúdos interativos e convergência digital, durante o 34 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, 2011.

\* Doutor em Ciências da Comunicação, professor de Jornalismo de Televisão e Produção Audiovisual. Pesquisador em conteúdos digitais interativos. Coordenador de Jornalismo na Universidade de Caxias do Sul. Contato: abenevenutojr@gmail.com

\*\* Acadêmico do sétimo semestre de Comunicação Social na Universidade de Caxias do Sul. Estagiário do Departamento de Jornalismo da UCS Rádio. Contato: jota.scholz@hotmail.com

\*\*\* Acadêmica do sétimo semestre de Comunicação Social na Universidade de Caxias do Sul. Estagiária da Assessoria e Comunicação da Câmara de Vereadores de Caxias do Sul. Contato: josmaripavan@gmail.com.

\*\*\*\* Acadêmica do sétimo semestre de Comunicação Social na Universidade de Caxias do Sul. Estagiária do Departamento de Jornalismo da Rádio Caxias. Contato: noele@radiocaxias.com.br

<sup>2</sup> É a maior feira de lançamento dos equipamentos eletroeletrônicos da Ásia e a segunda maior do mundo, realizada a cada dois anos. Nesta edição, as vedetes foram os *tablets*: foram mais de 50 lançamentos de empresas diferentes. Entre eles, está o kodelo que deverá ser montado no Brasil, com incentivo fiscal. Os *tablets*, desde o seu lançamento em janeiro de 2010 até o primeiro trimestre de 2011, havia ultrapassado os 17 milhões de unidades vendidas em todo o mundo. (OLHAR DIGITAL. Apple lança seu tablet, o iPad. **Olhar digital**. 27 JAN. 2010, 14h51min. Disponível em: <[http://olhardigital.uol.com.br/produtos/digital\\_news/apple-lanca-seu-tablet-o-ipad](http://olhardigital.uol.com.br/produtos/digital_news/apple-lanca-seu-tablet-o-ipad)>. Acesso em 10 JUN. 2011; \_\_\_\_\_. IDC prevê aumento de 160% nas vendas de tablets em 2011. **Olhar digital**. 18 JAN. 2011, 15h03min. Disponível em: <[http://olhardigital.uol.com.br/negocios/digital\\_news/noticias/idc\\_preve\\_um\\_aumento\\_de\\_160\\_nas\\_vendas\\_de\\_tablets\\_em\\_2011](http://olhardigital.uol.com.br/negocios/digital_news/noticias/idc_preve_um_aumento_de_160_nas_vendas_de_tablets_em_2011)>. Acesso em 10 JUN. 2011)



processamento das redes virtuais, isto é, com abrangência praticamente ilimitada. Neste contexto, é relevante observar a tendência de miniaturização dos equipamentos - que facilitam seu transporte - e a intensa conectividade, mantendo seus usuários inseridos nas redes de relacionamento o tempo todo. É um convite à disseminação constante de conteúdos, com múltiplos objetivos.

O fenômeno chama a atenção para as oportunidades da comunicação de temas caros às comunidades que estão à margem dos acessos permanentes aos ambientes digitais interativos que não são aproveitadas, seja por dificuldades relacionadas ao capital socioeconômico, pela carência da cultura da ação comunicativa ou pela falta de conhecimento para operar os dispositivos multiplataformas da comunicação digital convergente.

É uma situação que apresenta o desafio de a academia refletir sobre as ações constituintes das atividades de extensão universitária. Para isso, a experiência desenvolvida na disciplina de Comunicação Alternativa, em Caxias do Sul, durante o primeiro de 2011 se constitui na arena dessa observação e assim, promover a oportunidade de esboçar uma proposta metodológica para esta ação que opera em favor da conscientização do direito de acesso às informações e à comunicação digital e interativa.

### **A composição da arena**

O programa da disciplina Comunicação Alternativa, na Universidade de Caxias do Sul, propõe observar o fenômeno na sociedade contemporânea, adotando como ponto de partida a análise dos impactos que a convergência digital têm provocado no conceito de comunidade e de alternativa de comunicação. Os referenciais teóricos que subsidiam o debate são encontrados nos textos clássicos (Tönies, Weber, Marcuse) e colocados em debate com pensamento contemporâneo (Vattimo, Martín-Barbero, Downing, Castels, Paiva).

Esta preparação precede à apresentação do desafio aos estudantes: elaborar um projeto de comunicação para ser desenvolvido numa comunidade, respeitando as etapas de pesquisa e de construção do projeto e constituição de elos que visam ao compartilhamento do conhecimento acadêmico com os atores sociais das comunidades escolhidas. As ações são monitoradas e tensionadas durante os encontros de estudos previstos na agenda da disciplina.



No campo, os estudantes adotam os procedimentos característicos da pesquisa, experimentando a prática metodológica da etnografia (especialmente a noção de “frame” temporal de GOFFMAN, 1999) e da hermenêutica de profundidade (THOMPSON, 1998) para consubstanciar o projeto que se encontra em construção. É um processo de contínua negociação com os agentes sociais representativos da comunidade eleita.

O passo seguinte à composição do projeto é a análise das viabilidades técnico-operacionais para a realização das ações propostas, tendo em vista os curtos tempos do semestre, bem como as condições socioeconômicas da comunidade. Apesar de ser um aspecto condicionador para a efetiva realização do projeto, observa-se impactos importantes junto aos atores sociais participantes, pois mesmo que ele não se transforme em ação efetiva durante o semestre, acaba sendo um elemento catalisador da ação comunicativa daquela comunidade.

No intervalo de três anos, um projeto de comunicação alternativa elaborado na disciplina continua sendo executado em sua arena: o Olhar Digital (BENEVENUTO JR, 2010), que consiste em fomentar a realização audiovisual entre os alunos do ensino fundamental como ferramenta para incentivar o interesse do aluno pelo estudo dos conteúdos curriculares obrigatórios. É interessante perceber que este processo atende a outra demanda que a convergência da comunicação apresenta: a alfabetização digital (BENEVENUTO JR, 2009), que procura desenvolver o espírito crítico pertinente ao uso dos espaços comunicacionais disponíveis no ambiente digital e interativo. E neste caminho, pretende-se com isso resgatar o debate acerca da democratização da comunicação a partir da tomada de posição sobre o direito de acesso à informação.

### **Novo projeto, mesma demanda**

O projeto em questão foi chamado de TV Bairro. As bases que inspiraram a ação estão na experiência da TV de muro, desenvolvida no bairro italiano do Bexiga, em São Paulo, na década de 1980 (BENEVENUTO JR., 2005). Ele propõe a produzir conteúdo audiovisual, na forma de documentário, com moradores do loteamento Monte Carmelo, a fim de repercutir a vida em comunidade, com o propósito de transformar os moradores em protagonistas do vídeo, a partir do relato das necessidades ou elementos diferentes que constituem o cotidiano da própria comunidade. A circulação deste conteúdo foi



prevista para telas alternativas, visando a sensibilizar a mídia local e tradicional para potencializar o “consumo” daquelas informações e atendimento das demandas.

O bairro Monte Castelo é uma comunidade que surgiu com o processo de ocupação de área urbana pública ociosa. Ali, como em todas as ocupações urbanas, os moradores pertencem ao grupo dos excluídos sociais, com baixa (ou nenhuma) renda, desprovidos de capital cultural mínimo (muitos deles são alfabetizados funcionais) e isso gera, diretamente, uma série de deficiências ao atendimento de infraestrutura, saneamento e saúde, apesar da atenção de organizações públicas e privadas de assistência social que o bairro recebe.

Assim, o projeto TV Bairro foi pensado para usar o gênero documentário como forma de exibição dos conteúdos para se apresentar como um meio simples e objetivo para que pessoas, pertencentes a um determinado meio social e com necessidades específicas, usufruam o direito da livre expressão, expondo, sem nenhum tipo de restrição - ou roteirização prévia - o que consideram obstáculos para a melhoria da vida, no âmbito particular e em comunidade. Desta forma, o grupo entendeu que ações de comunicação deste tipo, mesmo que localizadas, podem desencadear alterações no desenvolvimento do todo.

E dessa maneira, é válido estabelecer mecanismos para que um determinado grupo possa se manifestar à respeito de situações que o afetem diretamente e, dessa maneira, cooperar para o autoconhecimento daquela comunidade. (PAVAN; SCHOLZ; SCUR, 2011)

A sinopse e a justificativa do projeto destacam o papel articulador da comunicação nas mobilizações de agentes comunitários. Porém, revela a necessidade de intervenções externas para concretizar a ação, tendo em vista as carências intelectuais, sociais e econômicas da arena escolhida como *locus* de desenvolvimento desta atividade de extensão. Por este motivo, o projeto não foi executado no semestre, mas a comunidade, a seu tempo, quer realizá-lo.

### **Pedra no caminho**

A cena descrita acima provoca a refletir sobre as condições dadas para a produção audiovisual em contraposição às ofertas de dispositivos para a sua realização. É um aspecto que, com a multiplicidade de dispositivos de captura de imagens e sons, desafia a criatividade dos comunicadores engajados aos movimentos sociais e cobra a



superação de paradigmas técnico estéticos (BRITTOS, 2006) ditados pela tradição audiovisual. Isto implica também no trabalho que a academia tem realizado em relação ao estudo das oportunidades técnico-operacionais no tempo da convergência tecnológica.

A carência de recursos econômicos da comunidade do Monte Castelo, em Caxias do Sul, foi o primeiro de uma lista de vetores que atrapalharam a implantação de um programa de produção de conteúdos midiáticos (documentários) pensado para difundir as reivindicações do bairro e permitir, através da difusão, o compartilhamento das necessidades entre os moradores e o reforço dos elos sociais daquele grupo.

A constatação indica adotar atitudes não comuns ao ambiente de realização audiovisual, o que confirma a demanda de buscar recursos característicos da atitude de comunicação alternativa (BENEVENUTO JR, 2006; BENEVENUTO JR; BRITTOS, 2006). Implica em usar dispositivos distintos de captura de imagens e sons que aqueles comuns à produção audiovisual (câmeras de vídeo, ilhas de edição, iluminação...), a exemplo das câmeras fotográficas digitais e dos aparelhos de telefones celulares, hoje equipados com câmeras e gravadores de áudio, de boa definição. Implica também em usar a “tecnologia embarcada” nos computadores pessoais para a montagem das obras. (BENEVENUTO JR, 2010)

O adiamento da execução do projeto encontrou outro obstáculo importante: os atores envolvidos no processo não possuíam o conhecimento das técnicas da realização dos documentários audiovisuais (problema previsto e cuja solução demanda tempo que não era disponível naquele momento) e o capital intelectual da comunidade - e dos próprios estudantes - para definir quais os meios apropriados de captura e de distribuição para o consumo dos conteúdos.

A falta de conhecimento básico a respeito dos ritos da produção audiovisual acaba por inibir iniciativas isoladas para criar novos produtos audiovisuais. Timidez dos autores ou a falta de coragem para encarar assuntos sérios e densos sem as orientações de uso das ferramentas do audiovisual podem ser motivos que distanciem os potenciais realizadores de conteúdos do produto em si. Mas não justifica o fato porque o aprendizado destas técnicas, a partir de experiências realizadas em comunidades não muito diferentes do Monte Castelo, foi muito rápido: bastaram dois encontros para os atores assumirem o comando dos dispositivos de captura de cenas.



A falta de equipamento e a carência de técnicas para a operação dos dispositivos de captura, no ambiente da múltipla oferta de equipamentos da indústria eletroeletrônica, não consiste mais em uma pedra no caminho da construção e distribuição de conteúdos digitais para as multiplataformas digitais e com grande potencial interativo. As grandes pedras hoje estão na condição econômica dos segmentos sociais que mais necessitam da comunicação ampla, aberta e democrática. É mais uma questão de política pública do setor de televisão e de telecomunicação do que de realização audiovisual propriamente dita.

### **Embarcar nas oportunidades**

Ao perceber as brechas que a convergência abre nos dispositivos da comunicação eletrônica descobre-se uma das trilhas para ampliar a fruição do fazer audiovisual. A primeira brecha de comunicação *transmidiática* está consolidada na internet, a partir da difusão de conteúdos audiovisuais em ambientes como o *You Tube* e nos portais que mesclam jornalismo e entretenimento.

No primeiro, a postagem dos vídeos realizados em diversas condições, produz um tipo de consumo customizado. Semelhante ato de assistir televisão, apesar de se tratar de condições técnicas muito diferentes, o usuário encontra imensa variedade de conteúdos audiovisuais a sua escolha e tem como montar a sua própria grade de programas neste sítio. Essa grade (lista de exibição) pode ser enviada a outros usuários através do correio eletrônico, e os vídeos podem ser armazenados nas memórias dos *podcast*, *media players* e em CD e DVDs para ser distribuídos conforme a intensão do internauta.

Os portais da internet, quando integraram os noticiários de TV na oferta de conteúdos, realizaram a ação *transmidiática*, ao potencializar a difusão dos conteúdos de seus departamentos de jornalismo. Essa distribuição das notícias, com a oportunidade de envio de mensagens para outras plataformas, a exemplo das notas para telefones móveis, ampliou a abrangência dos informativos para audiências que não era mobilizadas.

Nesses exemplos, há características estéticas coincidentes, uma vez que as mensagens audiovisuais, cujas técnicas de produção seguem os modelos *broadcast*, são vistas em plataformas de uso individualizado e em suportes que descartam a



necessidade de alta qualidade em termos de definição, tanto pelo tamanho da tela, quanto pelas condições de recepção dos sinais.

São parâmetros contraditórios com a exigência da televisão de hoje, mas indicam uma forma diferente de uso da tecnologia. Esta contradição tem que ser enfrentada pelos atores comunitários para maximizar o uso do ambiente digital e comunicação, especialmente no que se refere à possibilidade de criação de novas telas para a distribuição/exibição de conteúdos a diversas plataformas.

Esta contradição desafia as organizações da comunicação eletrônica (televisão digital, telefonia móvel e internet) reconhecem a demanda de desenvolver um novo modelo de negócio para permitir a disseminação dos conteúdos nessa transposição de mídias, implicando em resolver questões da exclusividade de operação e a segmentação das telecomunicações, como é o caso brasileiro. E para alcançar tal objetivo, o usuário não deve ficar fora do processo, pois é nesta ponta onde se encontram soluções práticas para a aplicação das TICs. É a trilha da ação colaborativa como um outro processo da produção industrial (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007: 125- 188).

Anexa a esta situação, é de retomar o questionamento da função social da TV, tema que esteve na agenda de discussões do meio, desde que ele galgou seu lugar de relevância na sociedade contemporânea. Aspectos relacionados à participação das comunidades e à liberdade de expressão (BENEVENUTOJR, 2005; PERUZZO, 1998 e 2007: cap. 3 e 4, entre outros) reassumem os lugares de destaque na pauta da implantação desta modalidade de TV.

Também é necessário preparar-se para embarcar nas oportunidades de produção de conteúdos digitais *transmidiáticos*, pois isso implicam em ter indivíduos prontos para o uso responsável das TICs, para além das suas iniciativas individuais. Implica em agir na extensão dos serviços já oferecidos pelas diversas instituições sociais, como banco eletrônico (*e-banco*), governo eletrônico (*e-governo*), atendimento à saúde (*e-saúde*), educação a distância (EaD), entre outros. (BARBOSA F.; CASTRO, 2008: 141-156).

A preparação do usuário se rascunha como uma atividade a ser desenvolvida pelas organizações de ensino e de pesquisa no panorama social, especialmente quando estas instituições participaram ativamente da construção do projeto brasileiro da TV digital terrestre.<sup>3</sup> Seguindo essa trilha metodológica, a pesquisa Diagnóstico das

<sup>3</sup> Para chegar ao Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD), que mistura tecnologia do ISBD-T japonês com as descobertas brasileiras, a exemplo do *middleware* gíngia. Este sistema envolveu 104 universidades que desenvolveram pesquisas em parceria - ou consorciadas - com outros centros de desenvolvimento tecnológico, criando uma metodologia que consagrou a inter-regionalidade além de





estratégias de difusão de conteúdos e de produção audiovisual de Comunicação em Saúde na Região Sul, financiado pelo CNPq e Ministério da Saúde, desenvolveu oficinas de realização audiovisual com estudantes dos níveis inicial e universitário, usuários do Sistema Único de Saúde (SUS) brasileiro, como parte dos trabalhos elencados na investigação durante o período de junho de 2006 a outubro de 2008.

Estas atividades continuaram, apesar do encerramento do projeto de pesquisa, através da produção de projetos de extensão comunitária, como forma de aproximar os estudantes das propostas de comunicação digitalizada e horizontal e em outros programas de educação não-formal, mantido por organizações não governamentais, a exemplo do Centro de Assessoria Multiprofissional (CAMP), em Porto Alegre.

As oficinas operaram inspiradas por duas premissas: uma referente à disseminação dos conhecimentos teóricos e técnicos para a produção audiovisual, usando os instrumentos de captação e edição disponíveis nos equipamentos oferecidos pelas TICs (computadores e câmeras de vídeo e fotografia digitais e telefones móveis) e a outra dirigida para a qualificação dos atores sociais, com o objetivo de aplicar os recursos da comunicação audiovisual em suas relações sociais, desde as mais simples até às complexas, a exemplo do atendimento ao público. Entre essas relações estão as ações voltadas para a preservação e práticas de saúde.

A estratégia deste programa foi montada com a proposta de trabalhar a produção audiovisual a partir dos recursos técnicos disponíveis na escola e/ou de cada estudante individualmente, pois este coletivo é membro de grupos sociais com recursos econômicos suficientes para possuir uma câmera fotográfica digital, computador com acesso à internet e telefone móvel com câmera acoplada. Este modelo programa de qualificação foi estendido para as atividades do projeto Lente Jovem, realizado pelo CAMP e Petrobrás, hoje na terceira edição.

Ao resgatar estes exemplos, refletir sobre os lugares da produção audiovisual pelos atores sociais deixa cada vez mais relevante a necessidade de ampliar o compartilhamento das técnicas para que as pessoas que enfrentam as carências de atenção e de acesso aos direitos da cidadania (trabalho, saúde, educação e habitação) se transformem em produtores de seus próprios conteúdos comunicacionais. Que assumam a autoria da criação de suas mensagens e as distribuam no ambiente digital.

---

permitir a construção do conhecimento de forma homogênea e assim enfrentar as disparidades da concentração desequilibrada dos avanços tecnológicos, observada no Brasil. (BARBOSA F., CASTRO, 2008: 50)





### Notas conclusivas

A prática da comunicação rápida é uma demanda característica do estágio contemporâneo do capitalismo. De um lado, a sustentação da economia e da produção pulverizadas em territórios distintos e distantes impõe a presença de um sistema eficiente de contato entre os centros de decisão e de outro, a implantação desses sistemas só é viável quando eles são usados em toda sua potencialidade. Nesse esquema, a abertura para o uso coletivo dos instrumentos de comunicação se apresenta como uma fórmula para sustentar seu funcionamento, abrindo as brechas para o exercício de processos comunicacionais de construção da cidadania e de direitos sociais.

É possível enxergar uma contradição nesse quadro, quando se observa a função que demandou a existência de complexos e ágeis meios de comunicação: eles existem para dar suporte ao desenvolvimento do capital e, ao mesmo tempo, se apresentam como importantes operadores de mobilização distinta ao aporte para o avanço capitalista. É uma contradição que não vai encontrar solução. Principalmente em função do financiamento dos próprios sistemas.

Junto a essa condição, a oferta de equipamentos de captura de imagens e sons nas últimas décadas, especialmente a partir da convergência digital, está em diversas plataformas, como computadores, telefones, *palm tops*, entre outros. Com isso, a realização audiovisual ocupa o patamar de acesso simplificado.

Este movimento demanda enfrentar desafios importantes para capacitar usuários para fruir esta forma comunicação, com o objetivo de potencializar a abrangência, interpretação e interatividade de grupos e indivíduos sociais. A experiência com as oficinas de produção audiovisuais demonstra a importância do processo de capacitação para aproveitar esta oportunidade.

As ofertas e brechas de comunicação a partir da convergência digital demandam a mobilização da pesquisa para investigar estas novas linguagens e os usos oferecidos pelas TICs, a exemplo da interatividade na televisão digital. A busca da diversidade de conteúdos e de usos sociais, que ocorre empiricamente com o usufruto das TICs, carece ser investigada, pois entre as oportunidades se encontram, por exemplo, os acessos à educação e à cultura (EaD e e-cultura), elementos essenciais à cidadania.

Na pauta da investigação está incluído o debate relacionado às questões da estética *broadcast* criada com a cultura televisiva diante da entrada de outras produções,



que ganham mais espaços de exibição com as alternativas apresentadas pelo processo de convergência e com disseminação dos equipamentos de realização audiovisual, representada pelo atracamento das câmeras a aparelhos cuja destinação original não é o registro de imagens e sons.

Refletir sobre essas trilhas representa também identificar outras tarefas e responsabilidades para as instituições sociais. A lista apresenta de imediato duas amplas ações na áreas política e educacional. Na primeira, as questões da regulamentação dessas mudanças no âmbito convergência digital, agendam demandas de manter um debate bastante amplo sobre as condições de oferta e dos protocolos de acesso para fruição pública dos meios. Esse debate está na agenda das câmaras legislativas brasileiras, porém, tem se transcorrido sem a prioridade que o tema merece. Percebe-se que as questões da economia tem sobrepujado o debate sobre o uso social da comunicação: a disputa sobre as propriedades dos meios entre operadores das telecomunicações, da radiodifusão e de internet tem sido mais intensa do que a discussão sobre o papel e a responsabilidade social destes meios, bem como a questão do acesso dos usuários aos conteúdos.

Já no campo da educação, os processos comunicacionais tem cobrado maior alfabetização dos usuários. Para conformar usufruto pleno das mídias, além da capacidade de operar os instrumentos, é essencial considerar as questões éticas da convivência humana, tema que merece a atenção dos programas de ação das instituições educacionais. Esta demanda implica em rever currículos ofertados pelas escolas, oferecer conteúdos de análise e crítica das mídias com maior intensidade e frequência em todos os níveis da construção dos conhecimentos e operar na direção das técnicas de operação dos equipamentos digitais, seja na modalidade da educação formal ou informal.

É importante recordar que a comunicação digitalizada abre a circulação dos conteúdos em múltiplas plataformas, com distintos tamanhos de telas, de modo e de tempos de uso. Se a preocupação com os conteúdos audiovisuais esteve na pauta das investigações que definiram as grades de programação da televisão analógica, com a migração para o ambiente digital, as pesquisas têm que considerar estas diferenças, bem como aportar as capacidades de interação produtores-operadores-usuários.

Conjuntamente ao processo de organização da nova pauta de atividades curriculares (movimento que é percebido em organismos executivos das políticas



educacionais, mas ainda não está disponível aos estudantes), cabe às instituições da sociedade civil a tarefa de desenvolver programas que operem na capacitação de indivíduos comunicadores digitais, com o fim de evitar a exclusão de grande parte da sociedade dos acessos às informações.

A dificuldade de integrar-se ao ambiente das TICs é resultado de uma série de fatores, que vão desde a cultura até a economia, além de depender das condições estruturais das redes de telecomunicações. No Brasil, a ausência de vários grupos sociais no ambiente das TICs tem relação com as condições econômicas para adquirir nos protocolos necessários aos acessos a ele. O custo das máquinas e o financiamento do acesso (assinaturas, uso da rede de telefonia, etc) são dois obstáculos mais relevantes para a entrada no ambiente digital. Apesar das previsões de crescimento da indústria digital, ainda existe grande distância entre usuários e as TICs.

A inclusão desses atores ao ambiente digital se rascunha com maior definição a partir da televisão digital, pois a televisão cobre 98% do território e ao digitalizar seu sinal, se apresenta como a oportunidade de distribuir gratuitamente os acessos às TICs.

Refletir sobre as possibilidades da comunicação digital, a partir das mudanças no panorama da televisão brasileira – e por que não no âmbito da América Latina – permite perceber boas oportunidades para a construção de cidadãos mais conscientes de seus deveres e conhecedores de seus direitos. Mas para tal, a intervenção das instituições de governo e da sociedade civil precisam ser eficazes, tanto no que se refere à regulamentação do novo panorama comunicacional, como no âmbito da disseminação do conhecimento para fruir o espaço digital.

Ações como mobilizações sociais em defesa dos direitos e da liberdade de expressão, ocorridas à época das mudanças na Constituição brasileira, há mais de 20 anos, são importantes e carecem de maior atenção da própria sociedade. Na mesma escala de valor, a realização de oficinas de produção audiovisual e a disseminação do conhecimento técnico para o uso das TICs configuram na pauta das organizações da sociedade civil para os próximos anos.

Apesar da complexidade que a convergência digital apresenta para a sociedade contemporânea, estas questões demandam estar na agenda social para permitir a inclusão, cada vez maior, dos atores que, no final dos processos, financiam parte dos ambientes comunicacionais tão caros ao capitalismo contemporâneo. A digitalização do



espectro criou incontáveis oportunidades *transmidiáticas* de qualificar as relações cidadãs da política.

### Referências

- BARBOSA, André; CASTRO, Cosette. **Comunicação digital**. Educação, tecnologia e novos comportamentos. São Paulo: Paulinas, 2008.
- BENEVENUTO JR, Álvaro. Para apreender o alternativo na comunicação contemporânea. **Unirevista**, Vol. 1, n 3, São Leopoldo: Unisinos. Disponível em: <[http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Benvenuto.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Benvenuto.PDF)>. Acesso em 10 JUL. 2011.
- BENEVENUTO JR. Álvaro. **De Canal comunitário a POA TV: estratégias e políticas da comunidade na TV a cabo em Porto Alegre**. 2005. Tese (doutorado em Ciências da Comunicação). - UNISINOS. São Leopoldo.
- BENEVENUTO JR. Álvaro. Outros Olhares. Outras maneiras de realizar o audiovisual. Outro paradigma *broadcast*. **Comunicologia**, vol. 1, n 7, 2007, Brasília, UCB. Disponível em: <<http://portalrevistas.ucb.br/index.php/comunicologia/article/view/1920/1241>>. Acesso em: 10 JUL. 2011.
- BENEVENUTO JR, Álvaro, BRITTOS, Valério. Comunicação dominante e alternativa: notas para uma análise a partir da Economia Política. **Comunicação&Sociedade**, ano 27, vol. 45, 2006, São Bernardo do Campo: Metodista.
- BRITTOS, Valério (org.). **Comunicação na fase da multiplicidade da oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006.
- PAVAN, Josmari; SHOLZ, Jeferson; SCUR, Noele. **Projeto TV Bairro**. Caxias do Sul: UCS, 2011. (policopiado)
- PERUZZO, Cicília. **Televisão comunitária**. Dimensão pública e participação cidadã na mídia local. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony. **Wikinomics**. Nova York: Penguin USA, 2007.