

O Brasil e a produção de conteúdos audiovisuais digitais

Dra. Cosette Castro¹

“Hay que investigar algo que nos de esperanza”.
Jesús Martín-Barbero

Resumo

Este artigo trata da passagem do mundo analógico para o mundo digital que exige mudanças profundas na vida social e não ocorre somente de forma racional e objetiva. Ela exige uma mudança cultural e de comportamento, que inclui a subjetividade dos diferentes atores sociais. A partir da proposta da Nova Ordem Tecnológica, lançada por Barbosa Filho e Castro (2005), o texto reflete sobre a transversalidade das tecnologias também em outras áreas, como a economia, a educação, a política. O trabalho trata ainda sobre conteúdos audiovisuais digitais e o novo papel das audiências, assim como as possibilidades de participação e interatividade.

Palavras – chave:

Mundo Digital – Comunicação Digital – Conteúdos Audiovisuais – Inclusão

Abstract

This article deals with the transition from the analog world to digital world that requires profound changes in social life and does not occur only in a rational and objective sphere. It requires a cultural change and behavior, including the subjectivity of social actors. From the proposal of a New Technology Order, launched by Barbosa Filho and Castro (2005), the text reflects on the mainstreaming of technology in other areas such as economy, education, politics. The work is still on digital audiovisual content and the new role of the audience, as well as the possibilities of participation and interactivity.

Keywords

Digital world – digital communication – audiovisual contents – inclusion

Resumen

Ese artículo trata del pasaje del mundo analógico para el digital, que obliga a cambios profundos en la vida social e no ocurre solamente de forma racional y objetiva. Ella exige un cambio cultural y de comportamiento, que incluye la subjetividad de los distintos actores sociales. A partir de la propuesta del Nuevo Orden Tecnológico (Barbosa Filho y Castro, 2005) o texto refleja sobre la transversalidad de las tecnologías también en otras áreas, como la economía, la política, la educación y la tecnología misma. El trabajo trata aún sobre contenidos

¹ Dra Cosette Castro é professora do Mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília.

audiovisuais digitais y el nuevo rol de las audiencias, así como de las posibilidades de participación e interactividad.

Palabras-claves

Mundo Digital – Comunicación Digital – Contenidos Audiovisuales - Inclusión

Introdução

Desde 2005, venho refletindo sobre as mídias digitais e o uso de diferentes plataformas tecnológicas, principalmente pelas transformações que vêm ocorrendo no âmbito da vida social. Essas mudanças digitais incluem questões econômicas, políticas, culturais, educativas tecnológicas e comportamentais e mostram como as formas de pensar, estar e perceber o mundo estão sendo alteradas. Tais mudanças geraram a tese da *Nova Ordem Tecnológica*, da qual André Barbosa Filho e eu viemos escrevendo em artigos e livros (2005, 2006, 2007, 2008 e 2009). Na proposta, recordamos a Heidegger quando diz que a essência do tecnológico não é algo técnico, mas a maneira que o homem produz a si mesmo e a relação com a tecnologia.

A *Nova Ordem Tecnológica* aponta que o conjunto de transformações que estamos passando não conseguem ser explicadas por um único paradigma, pois em separado uma ou outra teoria já não dão conta de explicar algo tão profundo como a passagem do mundo analógico para o digital. Essas transformações, embora sejam atravessadas pelas tecnologias, exigem um olhar abrangente e transdisciplinar, assim como exigem da vida acadêmica a reformulação e atualização de seus programas curriculares tanto em nível de graduação, quanto de pós-graduação e de incentivo à pesquisa.

Entre a reformulação necessária da vida universitária para refletir (sobre) e desenvolver projetos de conteúdos audiovisuais voltados para as mídias digitais está a necessária percepção de que os conteúdos podem ser usados em várias plataformas tecnológicas e também para a convergência das mídias. Tais plataformas vão muito além do uso dos computadores mediados por internet. Elas incluem os videojogos em rede, os celulares, a TV, o rádio e o cinema digital e, acima de tudo, a possibilidade de desenvolver conteúdos

audiovisuais digitais que possam ser usados em vários aparelhos tecnológicos ao mesmo tempo sempre e quando sejam respeitadas as características de cada mídia digital. Neste contexto, os videogames em rede e os celulares, que permitem a elaboração, divulgação e distribuição de conteúdos audiovisuais digitais são considerados mídias digitais.

Um dos primeiros passos da mudança para o mundo digital é a “formação dos formadores”. Isto é, dentro da academia urge atualizar professores e pesquisadores para as novas habilidades, linguagens, formatos e conteúdos audiovisuais que as mídias digitais exigem e/ou permitem, entre eles o uso da interatividade, da interoperabilidade, de produtos audiovisuais com usabilidade, com acessibilidade, uso da multiprogramação ou de várias telas ao mesmo tempo, no caso da TV digital. Quando me refiro aos professores e pesquisadores não estou tratando unicamente do campo de Comunicação, pois acredito que cada vez mais as Ciências da Informação, as Tecnologias da Informação, o Design e mesmo as Engenharias estão, direta ou indiretamente, relacionadas ao tema da produção de conteúdos audiovisuais digitais.

Esse processo de mudança não pode ficar restrito ao nível intelectual, racional, pois perpassa também a subjetividade dos sujeitos sociais. Por isso, é preciso rever o aprendizado e a mentalidade analógica em que todos nós – com mais de 30 anos - fomos educados e elaboramos nossas teses e/ou práticas cotidianas. Somente assim será possível adequar-se às transformações inerentes ao mundo digital, compreendê-las e refletir sobre seus aspectos positivos e negativos. Depois disso, os sujeitos sociais estarão prontos para repensar cursos de curta, média ou de longa duração voltados para a formação e/ou atualização de novos técnicos e profissionais de Comunicação, das Tecnologias da Informação, do Design, de Telecomunicações ou das Ciências da Informação, entre outros.

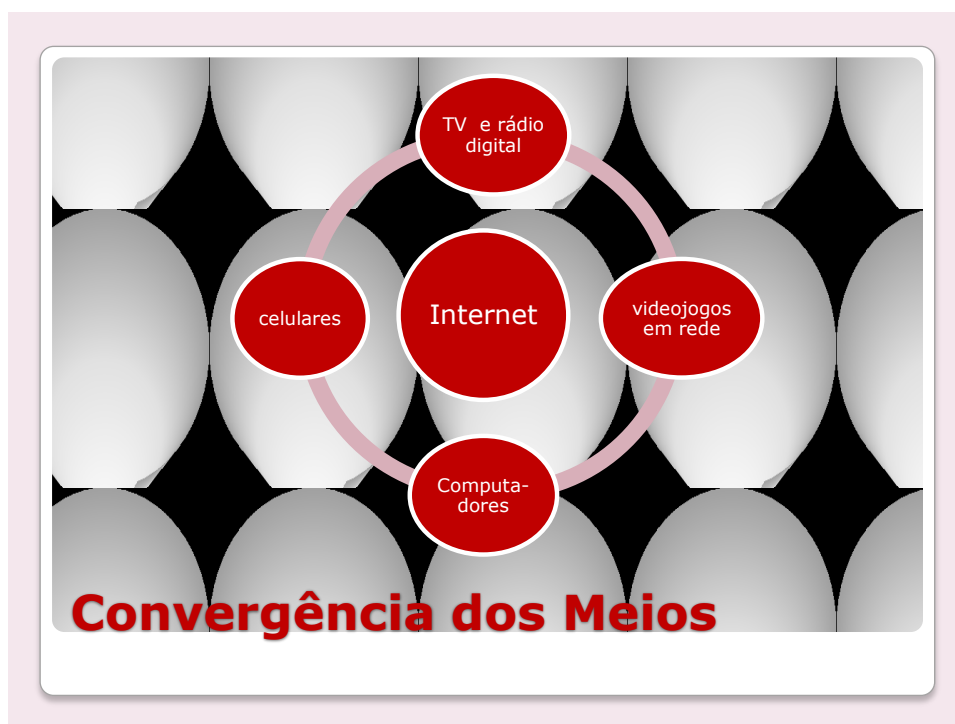
O mesmo vale para os avaliadores de projetos de pesquisa, de novos (ou atuais) cursos de graduação e pós-graduação nas instituições de fomento, como CAPES, CNPq e/ou FINEP. Não é mais possível pensar apenas na disciplinaridade, em ciências rígidas que não se falam (quando muito trabalham multidisciplinarmente), porque em um mundo em transformação, também as

ciências necessitam estar cada vez mais unidas para poder observar e analisar esses fenômenos, sejam eles socioeconômicos, políticos, culturais, tecnológicos, educativos ou comportamentais, de forma caleidoscópica e não parcialmente, compartimentada.

No que diz respeito aos projetos de pesquisa na área de inovação e desenvolvimento, está na hora de definir a produção de conteúdos audiovisuais digitais como área estratégica para o país. Isto porque se trata de uma indústria em desenvolvimento que, nos EUA, por exemplo, representa 10% do PIB somente na indústria do entretenimento, sem incluir aí as possibilidades de negócios na área de educação à distância, cultura, saúde, cidadania ou serviços. Além disso, é uma área estratégica no Reino Unido desde o final do século XX (1998) passou a priorizar a inovação, a criatividade e o mundo digital como temas de alta prioridade.

A passagem do mundo analógico para o digital

A passagem do mundo analógico para o digital começou no final do século XX com o medo e também deslumbramento dos cientistas, intelectuais e pesquisadores perante as possibilidades tecnológicas dos computadores. Mas na primeira década do século XXI é preciso ir muito mais além dos estudos dos computadores mediados por internet, refletindo também sobre as novas plataformas tecnológicas disponíveis, assim como sobre a convergência de mídias. Como já comentei anteriormente, essas plataformas – que dentro em breve deixarão de ser chamadas de novas para incorporar-se ao nosso cotidiano – são a televisão, o rádio e o cinema digital, os celulares e os videojogos em rede.



Em segundo lugar, essa passagem é marcada pela possibilidade de convergência das mídias que, no mundo analógico, eram usadas separadamente ou quando muito, juntas como dispositivo publicitário. No entanto, mais do que simplesmente utilizar o mesmo conteúdo em diferentes mídias, é preciso adaptar esses conteúdos de áudio, vídeo, texto e dados às características de cada plataforma tecnológica. A disponibilidade de um conteúdo ou formato para celulares, não pode ser igual – em termos de estética, linguagem, temporalidade, uso das imagens e tamanho de telas – que os videojogos em rede ou a televisão digital interativa. Mas esse é um tema que vou retomar mais adiante.

Por outro lado, é possível utilizar as chamadas *mídias digitais transversais* – aquelas que circulam e convivem com as mídias digitais mais usadas e que podem ser úteis em determinadas campanhas, como as de saúde pública voltadas para jovens. Neste caso específico, poderiam ser usadas as mídias digitais mais conhecidas como a TV digital, os computadores mediados por internet, os videojogos em rede e os celulares, assim como mídias transversais, como os e-books interativos (como o *Kindle*), o cinema ou os quadrinhos digitais interativos.

Uma das características mais marcantes desse processo de mudança é a passagem da comunicação unidirecional (produção – mensagem – recepção) para a comunicação bidirecional, dialógica e interativa. No mundo digital, o campo da produção envia a mensagem, que é recebida pelas audiências e estas têm a possibilidade de responder e interagir com o campo da produção, muitas vezes em tempo real, transformando radicalmente a relação entre as duas esferas. A partir desse momento, passa a existir uma comunicação bidirecional também no *broadcasting* (algo que antes estava restrito ao mundo do rádio), desde que haja canal de retorno. Para alguns autores, como Marshall (2004), esta é a principal característica da passagem do mundo analógico para o digital.

Embora a interatividade seja importante e marque de forma mais forte o diálogo entre os campos da produção e da recepção, acredito (e defendo) que as audiências, os públicos sempre foram ativos na sua relação com as diferentes mídias, mesmo que o nível dessa interação possa ser considerada fraca, se avaliada desde as possibilidades do mundo digital. A digitalização é um processo que ampliou e tornou pública essa participação a partir do final dos anos 90 do século XX, retirando as audiências do estereótipo de serem passivas e frágeis frente às tecnologias da informação e comunicação (TICs)². O que ocorria, em tempos de mídias analógicas, é que as possibilidades de participação eram restritas as cartas, aos fax, aos telefonemas, ao uso do controle remoto e a mudança de canal. O público era previsível, porque, dada a falta de opções, aceitava a programação imposta pelas empresas de comunicação.

Hoje, com a diversidade das mídias, com a maior oferta de informação e as possibilidades interativas, as audiências se tornaram migratórias. Não apenas utilizam várias plataformas ao mesmo tempo (televisão, computador mediado por internet e celulares, por exemplo), como migram de uma plataforma tecnológica a outra, caso não gostem ou concordem com o

² Aqui consideradas como o conjunto heterogêneo de técnicas, sistemas e aparelhos e/ou plataformas eletrônicas, máquinas inteligentes e redes informáticas que permeiam a vida social. Estão em constante crescimento e podem ser fixas ou móveis.

conteúdo ofertado. Além disso, em tempos de mídias digitais, os públicos – independentes de gênero ou idade – podem explicitar seu desejo de participar, interagir e mesmo divulgar sua produção de conteúdos audiovisuais digitais.

Outros fatores apontam as diferenças do mundo analógico para o digital, como pode ser observado a seguir:

1. A passagem para a Sociedade do Conhecimento – mais do que a sociedade da informação, vivemos a sociedade do conhecimento, onde todos somos aprendizes, onde as certezas já não estão dadas e onde o conhecimento está em constante transformação. Pela primeira vez na história, os jovens detêm conhecimentos (tecnológicos) que antes eram restritos aos mais velhos.
2. A ampliação das informações circulantes – a quantidade de informação que existe hoje talvez possa ser comparada a invenção da imprensa de Guttemberg, quando o conhecimento e as informações passaram a circular em livros e jornais. No entanto, a velocidade com que essa circulação circula e se modifica não tem parâmetros de comparação na história.
3. A imediatez das mensagens – a informação que antes tardava dias em chegar pelo correio tradicional, hoje chega rapidamente através de internet, de forma virtual, independente da plataforma a ser utilizada;
4. A redução da intermediação das informações – atualmente as comunidades, audiências ou atores sociais produzem informação, contestam notícias, enviam vídeos, fotos, áudios, dados e textos colaborando para a construção das informações e notícias que circulam na internet. Ou seja, as empresas de comunicação já não são mais a única fonte da informação;
5. A ampliação dos espaços virtuais – hoje temos a educação a distância, os bancos e serviços virtuais, como declaração de imposto de renda; as bibliotecas e museus virtuais, sem contar as livrarias ou lojas virtuais

onde os serviços são oferecidos *on line* a qualquer hora do dia, independente de fuso horário;

6. A ampliação das plataformas tecnológicas - foi-se o tempo que ver e usar internet estava restrito ao uso do computador. Hoje se usa internet através da TV digital com canal de retorno, do rádio digital, dos celulares e dos videojogos em rede, que se transformaram nas novas mídias digitais;
7. As novas redes sociais e a construção de saberes coletivos – embora a sociedade digital incentive de um lado, o individualismo e o mundo virtual; de outro lado, como ponto de equilíbrio, estão as relações solidárias, a construção coletiva de saberes, em comunidades como Wikipédia ou através do jornalismo colaborativo.

Essa realidade complexa e cada dia mais digitalizada gerou novos atores sociais, que acessam e se apropriam das novas mídias de **maneira formal** (através de cursos) **ou informal**. Neste último caso, é possível citar o crescente interesse dos jovens e adolescentes que criam comunidades virtuais e intercambiam experiências e/ou novidades para desenvolver aplicativos de software para conteúdos audiovisuais digitais ou conteúdos para diferentes temáticas ou plataformas.

Outras categorias, para além da apropriação formal e informal, caracterizam os novos atores sociais, cidadãos digitais em um mundo em fase de transformação:

2. **Tipo de tecnologia utilizada** – única ou múltiplaplataformas (várias plataformas ao mesmo tempo;
3. **Quantidade de uso de múltiplaplataformas ou multidispositivos** – duas (ex: computador e celular); três (televisão, celular e videojogos/computador), etc;
4. **Local de acesso**: casa, trabalho, escola, telecentro ou cibercafé;

5. **Tipo de acesso:** de forma solitária ou coletiva
6. **Tipo de produção:** para o mercado ou para uso coletivo e gratuito
7. **Tipos de telas:** de diferentes tamanhos, proporções, fixas e móveis.

Em países periféricos como o Brasil, o uso das tecnologias digitais têm uma razão fundamental de serem desenvolvidas como políticas públicas: ajudar na inclusão digital e social, melhorando a qualidade de vida da população. Isso não ocorre por acaso. Existe um número elevado de analfabetos digitais, mais conhecidos como excluídos digitais, convivendo ao lado de diferentes tipos de atores sociais que usam plataformas digitais no seu dia-a-dia. Nesse meio termo, existem vários tipos de incluídos, como é possível observar no quadro acima, e mesmo excluídos entre os chamados incluídos digitais, como é o caso de pessoas na terceira idade e das mulheres acima de 45 anos de classe média e alta que, muitas vezes, têm medo das TICs ou vergonha da falta de conhecimento sobre o mundo digital.

Entre aqueles que já se apropriaram das TICs, é possível citar:

- Atores do tipo 3 - aqueles que acessam somente algumas plataformas ou alguns conteúdos específicos - é o caso das pessoas que usam celulares pós-pagos (85% dos brasileiros); dos que usam computadores em telecentros ou cibercafés; ou daqueles que não têm acesso a banda larga, por exemplo. Ou das pessoas que somente se interessam por música, seriados, esportes ou notícias;
- Atores do Tipo 4 - aqueles que acessam várias plataformas ao mesmo tempo ou de forma separada, assim como se interessam por diferentes tipos de conteúdos de áudio, vídeo, texto e/ou dados. Em geral, são atores sociais que também participam de comunidades virtuais, como *My Space*, *Facebook* e *Orkt*, ou possuem blogs, foto e/ou vídeoblogs;
- Atores do Tipo 5 – são caracterizados pelos *fans* de obras temáticas apresentadas em formato de filmes para o cinema, series para TV, histórias em quadrinhos, livros, radionovelas ou videogames. Com a convergência digital, essas obras temáticas, como *Harry Potter*, *Crepúsculo* ou *Matrix*, que

encantam crianças, jovens e adultos de diferentes culturas podem ser desenvolvidas em diferentes mídias, de forma transmidiática, passando de uma mídia a outra (Henry Jensen, 2007). Muitas vezes, os *fans* se tornam produtores de conteúdos de áudio, vídeo, texto ou dados ofertados gratuitamente a determinada comunidade temática .

- Atores do Tipo 6 – são aqueles que já desenvolvem aplicativos de *software* para conteúdos audiovisuais (que permitem usabilidade, acessibilidade, interatividade ou multiprogramação, por exemplo) ou aqueles que produzem conteúdos audiovisuais digitais, voltados para diferentes temáticas, como saúde, serviços públicos, esportes, cultura, turismo, tele-medicina, educação a distância e informativos, entre outros.

- Atores do Tipo 7 – qualquer pessoa interessada em produzir conteúdos audiovisuais digitais para uma, várias plataformas ou para a convergência de mídias, de forma amadora ou profissional.

Sobre a Produção de Conteúdos

Nesse sentido, é preciso pensar estrategicamente, a médio e longo prazo, políticas públicas que sejam elaboradas como um plano de Estado e não apenas como pertencentes ao governo de plantão. E incluir, para além da formação, da atualização profissional e do estímulo à pesquisas inovadoras, a produção de conteúdos de áudio, vídeo, texto e dados em diferentes plataformas tecnológicas como celulares, TV digital (móvel³ ou fixa, para telas gigantes ou pequenas), rádio e cinema digital, computadores mediados por internet e videogames em rede. Uma produção que pode ser desenvolvida para cada aparelho eletrônico ou através de conteúdos audiovisuais voltados para a convergência entre as diferentes tecnologias, o que exige propor, desenvolver e realizar pesquisas para os novos formatos audiovisuais digitais interativos.

A TV, o cinema e o rádio digital, os celulares, os videogames em rede, os computadores mediados por internet ou a convergência entre as mídias exigem

³ As plataformas tecnológicas que possibilitam a mobilidade, o deslocamento são os celulares, a TV digital portátil, os laptops, os *Ipods* e os videogames portáteis. O conjunto dessas tecnologias são chamadas de *multidispositivos*. O termo se diferencia de *multiplataformas*, porque estas incluem a TV digital fixa e os computadores de mesa, por exemplo.

– como venho dizendo desde 2005 - novos formatos de programação, novos tipos de roteiros voltados para diferentes níveis interativos ou para programas que apareçam nos diferentes canais digitais das empresas de TV. Também requerem uma nova noção de grade de horários (mais flexível, por isso em textos anteriores André Barbosa filho e eu tratamos de módulos e não mais do conceito de grades) e novos modelos de negócios para as empresas, sejam elas públicas ou privadas.

Não é possível comparar os modos de produção jornalística ou ficcional para TV e rádio analógica com as novas necessidades da TV e do rádio digital, onde este último (o rádio) inclui o uso de imagens e de serviços *on line*. Nem é possível (como alguns imaginam) simplesmente repassar esses conteúdos audiovisuais digitais desenvolvidos para *broadcasting* diretamente para a televisão usada em um computador com acesso à internet, conhecida por IPTV, cujas características são bem diferentes da TV aberta.

A TV digital interativa é similar a televisão que todos nós temos em casa, com presença diária em 98% dos lares, acrescida da possibilidade de usar a caixa de conversão para o sistema digital e o canal de retorno para ter acesso a internet e a interatividade. A interatividade é aqui compreendida como a relação que se estabelece entre o campo da produção e da recepção, onde as audiências passam a interagir, em diferentes níveis, com os produtores de televisão, podendo participar, interferir ou comentar os programas (Barbosa Filho e Castro, 2008). Ela pode ser usada para acessar *mails*, ver diferentes ângulos na tela, usar multiprogramação⁴, sugerir pautas, entrevistados, avaliar programas, usar serviços públicos de saúde, EAD, agendar consultas médicas, checar processos e imposto de renda, realizar tele-medicina, ver saldos bancários, etc. Também é possível entrar em páginas web desde o próprio

⁴ A multiprogramação é resultado da aplicação de técnicas de compressão de algoritmos que permitem que sejam transmitidos mais programas em um espaço de banda onde atualmente se permite apenas um. Ou seja, em alta definição, também conhecida como HDTV, a TV digital permite que um mesmo canal seja dividido em quatro sub-canais, ampliando a oferta de conteúdos para as audiências e o mercado de trabalho para os profissionais do setor. Há outras possibilidades, como o uso de 06 canais, quatro em HDTV e outros dois em padrão *standart*, conhecido como SDTV, ou usar oito canais apenas no SDTV. Esta última alternativa limita e restringe o uso de recursos interativos.

aparelho de TV usando o controle remoto como teclado (similar ao que fazemos quando mandamos mensagens de texto - SMS - nos celulares).

Em um mundo de hipertelas

Os franceses Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2007) dizem que na era contemporânea vivemos uma inflação de telas (celulares, TV analógica ou digital, rádio digital, cinema, telões de festas, videogames, computadores, *IPods*, *PDAs*, etc) que tomam conta de nosso olhar durante o dia e a noite. Observando o este mundo do olhar e de visualidades, é possível desenvolver conteúdos ficcionais ou jornalísticos para TV e usar nos aparelhos de celulares desde que o conteúdo seja pensado para dispositivos móveis. Isso representa um tamanho similar de tela, a possibilidade de ser usado em qualquer lugar (em um parque, ônibus, metrô ou escola) e um nível similar de definição de imagem voltada para esse tipo específico de tela.

Mas se a proposta de conteúdos é pensada para diferentes meios de comunicação digitais, com diferentes características, como ser fixo ou móvel, ou as diversas dimensões de telas (celulares, televisores portáteis ou televisores de 72 polegadas) é preciso levar em consideração que exigem diferentes espacialidades, temporalidades e mobilidades. Também requerem outros tipos de linguagem, conteúdos e formatos audiovisuais, assim como uma relação diferenciada com seus públicos e uso de níveis de interatividade.

No caso da TV digital (TVD), os novos formatos audiovisuais já estão sendo desenvolvidos pensando as possibilidades interativas do público com a TVD que, no modelo nipo-brasileiro, é um benefício extra gratuito para as audiências. Pela primeira vez na história, as audiências podem se relacionar de perto com o campo da produção, com aqueles que produzem e dirigem diariamente os diferentes programas de televisão. Além, é claro, de ter a oportunidade de produzir conteúdos audiovisuais digitais, algo que até então, estava restrito ao campo da produção.

Através do canal de retorno acoplado interna ou externamente ao aparelho de TV, é possível utilizar diferentes níveis de interatividade, como já

comentamos em artigos anteriores (Barbosa Filho e Castro, 2007, 2008, 2009, Castro e Fernandes, 2009). Entre os recursos interativos está a possibilidade de avaliar um programa enquanto está ocorrendo enviando mensagens à produção a partir do controle remoto; sugerir pautas ou entrevistados; baixar informações extras sobre o programa e seus participantes, etc. Além disso, é possível utilizar recursos interativos pensando a multiprogramação, onde cada um dos sub canais de uma empresa de comunicação poderá apresentar diferentes (ou nenhum) níveis de interatividade com o público. Também é possível encontrar interações mais simples, como as informações previamente disponíveis sobre jogadores e a situação de uma equipe durante uma partida do campeonato brasileiro, que já há alguns anos é disponibilizada aos assinantes dos canais pagos.

Para Finalizar

Outra diferença importante do sistema analógico para o digital é que é possível mudar a origem da produção dos conteúdos audiovisuais digitais, até então restrita a grandes grupos de comunicação, como Organizações Globo, SBT, Grupo Abril, Record, etc. Ou seja, a produção de conteúdos audiovisuais digitais poderá ser feita por profissionais de Comunicação, por produtores independentes ou mesmo por profissionais de diferentes áreas, como Design, Educação ou Informática, por exemplo.

A Comunicação Digital abre um novo espaço para a produção de conteúdos audiovisuais, que não ficará mais restrita a intermediação dos grupos de comunicação. Os mesmos grupos que há anos concentram e produzem conteúdos para diversas mídias, como rádio AM e FM, televisão aberta e por assinatura, TV digital, internet, jornais e revistas impressas e por internet, produzem filmes e vídeos, possuem empresas discográficas, agências de notícias, etc. Neste caso, a produção de conteúdos audiovisuais digitais audiovisuais interativos poderia ser elaborada desde vários lugares. Entre eles, de casa, de um estúdio ou redação ou mesmo a partir de um telecentro, de uma biblioteca com recursos multimídia, uma organização não governamental (OnG) em um bairro, em TVs comunitárias e/ou TVs educativas,

oferecendo outras vozes ao discurso informativo e ficcional atual. Desde este ponto de vista, a produção de conteúdos audiovisuais digitais significa inclusão social, visibilidade e respeito à diversidade cultural e também, mais empregos, colaborando para o desenvolvimento sustentável.

Referências

- BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette e TOME, Takashi (2005). *Mídias Digitais, Convergência Tecnológica e Inclusão Social*. São Paulo: Ed. Paulinas.
- BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette (2008). *Comunicação Digital- educação, tecnologia e novos comportamentos*. São Paulo: Ed. Paulinas, 2008.
- D'AMBROSIO, Ubiratan. *A Possibilidade de Paz Total – novos paradigmas: o que são e qual a razão de ser dos “velhos” paradigmas?*, mimeo, 1993^a.
- CASTRO, Cosette, FEITOSA, Deyse y VALENTE, Vania. *Interoperabilidade e Interatividade da TV Digital na Construção da Sociedade da Colaboração*. Artigo apresentado no Congresso da Intercom 2009. Disponível na página da Intercom: www.intercom.org.br , 2009c.
- CASTRO, Cosette. “La Televisión como Rito de Pasaje del Mudo Analógico para el Digital”. In Revista Tramas. Buenos Aires:Un. La Plata , 2009a.
- _____. “La Comunicación Digital y las Posibilidades de Inclusión a partir del Uso de las Tecnologías Digitales”. In Revista Disertaciones. Caracas: 2009b.
- _____. “Industrias de Contenidos y Medios Digitales – entre la teoría y la práctica: la creación de centros para producción de contenidos digitales” in Revista Diálogos. Lima: Univ. de Lima, 2008a.
- _____. “La Televisión Digital en Brasil y las Posibilidades de Inclusión Digital”. Revista SET- edición especial em castellano. Ano XIX, nº 001. São Paulo: Ed. Embrasec, abril 2009.
- JENSEN, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. *La Pantalla Global. Cultura Mediática y Cine en la Era Hipermoderna*. Barcelona: Anagrama, 2009.
- MARSHAL, David. *New Media Cultures*. London: Arnold Publishers, 2004.

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

REVISTA CHASQUI – Especial sobre Jesús Martín-Barbero. Quito:Ciespal, 2009.

SCOLARI, Carlos. *Hipermediaciones – elementos de uma teoria de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa, 2008.

SOMMERMAN, Américo. *Inter ou Transdisciplinaridade?* Coleção Questões Fundamentais na Educação. São Paulo: Paulus, 2006.