

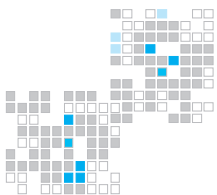
A COMUNICAÇÃO DIGITAL E OS DESEQUILÍBRIOS E ESPERANÇAS EM TORNO DA DEFINIÇÃO DE UMA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: EXPERIÊNCIA LATINO-AMERICANA¹



Juciano de Sousa Lacerda

■ Professor Adjunto nos cursos de Comunicação Social e Turismo do IELUSC, em Joinville (SC). Doutorando em Ciências da Comunicação no PPGCom da Unisinos (RS), bolsista Capes. Pesquisador do Núcleo de Estudos em Comunicação (Necom) do IELUSC e do Grupo de Pesquisa Processos Comunicacionais (Unisinos), que desenvolve o Projeto de Cooperação Internacional Mídia e interculturalidade, com os grupos de Pesquisa Mídia e Multiculturalismo e Grupo de Investigación en Comunicación y Migración (MIGRACOM) da Universidade Autônoma de Barcelona.

■ E-mail: jucianolacerda@ig.com.br



RESUMO

No presente texto, procuramos fazer um balanço sobre as visões mercadológica e social da comunicação digital e da convergência midiática, tendo como foco as contribuições do uso social das novas tecnologias da informação e as contribuições da América Latina para a emergência da sociedade da informação. Para isso, desenvolvemos uma construção conceitual cujo eixo é o uso da tecnologia sobre o prisma da solidariedade. Também realizamos um levantamento de experiências de uso da comunicação digital na luta pela democracia no Peru, da Cordinadora Nacional de Radio (CNR), e a atuação da Campanha Cris (Communication Rights in the Information Society) na América Latina.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO DIGITAL • SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO • AMÉRICA LATINA

RESUMEN

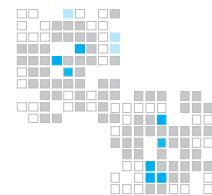
En el presente texto, intentamos hacer un balance entre las visiones social y del mercado sobre la comunicación digital y la convergencia de los mass media, teniendo como foco las contribuciones del uso social de las nuevas tecnologías de la información y las contribuciones de Lationamerica para la emergencia de la Sociedad de la Información. Para ello, desarrollamos una construcción conceptual cuyo eje es el uso de la tecnología sobre el prisma de la solidaridad. También realizamos un levantamiento de experiencias de uso de la comunicación digital en la disputa por la democracia en Perú, de la Cordinadora Nacional de Radio (CNR), y la actuación de Campaña CRIS (Communication Rights in the Information Society) Latinoamerica.

PALABRAS-CLAVE: COMUNICACIÓN DIGITAL • SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN • LATINOAMERICA

ABSTRACT

In the present text we seek to take stock of the marketing and social view of digital communication and of the media convergence, having as its focus the contributions of social use of new information technologies and the Latin American contributions for the emergence of the information society. Therefore, we have developed a conceptual construction whose axis is the light of solidarity. We have also conducted a survey on digital communication use in the strive for democracy in Peru, of the Cordinadora Nacional de Radio (CNR) and the performance of the CRIS (Communication Rights in the Information Society) in Latin America.

KEY WORDS: DIGITAL COMMUNICATION • INFORMATION SOCIETY • LATIN AMERICA





Introdução

A transposição da noção de rede para a comunicação e para a informática, as possibilidades e os limites gerados com a comunicação digital são fatos que nos desafiam a sair da especulação, a formular questões e a buscar respostas – ou novas questões – no campo das práticas socioculturais. Um primeiro passo é perceber que a forma de interagir em rede, que caracteriza redes de solidariedade social, antecedeu o formato das redes digitais, pois o conceito, antes de ser aplicado às tecnologias digitais, já havia sido apropriado, por exemplo, pelo campo da organização social, pelo desenvolvimento urbano e pelas estratégias militares. As tecnologias digitais vêm, assim, mediar, potencializar e provocar alterações nas interações entre os diversos “eus”, distanciados no tempo e no espaço, que compõem as redes de solidariedade social (de pessoas, de grupos, de ONGs, de profissionais etc.). Esse papel de conectar, juntar e aproximar contextos distintos já era desempenhado por outros modos de comunicação: os fóruns, os debates, os encontros presenciais, o telefone, a carta e o fax, para citar apenas alguns. O meio digital vem sendo incorporado por essas redes de comunicação de solidariedade social, gerando significações sobre seu sentido e, ao mesmo tempo, provocando uma redefinição dos modos de comunicação já culturalmente estabelecidos nessas redes.

Diante disso, procuramos, neste texto, fazer um balanço entre as visões mercadológica e social da comunicação digital e da convergência midiática, tendo como foco as contribuições do uso social das novas tecnologias da informação e as contribuições da América Latina para a emergência da Sociedade da Informação. Como metodologia, desenvolvemos uma pesquisa bibliográfica com o objetivo de construir a relação entre os usos econômicos e sociais das tecnologias,

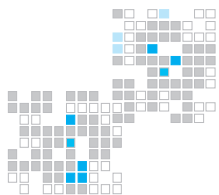
seus desequilíbrios e tensões, acompanhada de um levantamento empírico” – por meio de entrevistas – de experiências de uso da comunicação digital na luta pela democracia no Peru, da Cordinadora Nacional de Radio (CNR), e a atuação da Campanha CRIS (Communication Rights in the Information Society) na América Latina.

Visão mercadológica versus visão social

No plano econômico, o processo de digitalização e convergência midiática abriu um caminho mais largo para as fusões entre grandes corporações da mídia de massa. Ao mesmo tempo, com a informação digital, a Internet constituiu-se num caminho para a veiculação de informações fora do eixo da mídia de massa. Ao tratar do que denominou “cibermilitância”, Denis de Moraes (2001, pp. 125-126) arrola 26 organismos da sociedade civil, nacionais e internacionais, entre tantos outros que podem ser encontrados na Internet, com interesses que vão da educação ao cooperativismo, passando pela saúde, direitos humanos, comunicação e informação, combate à fome, arte e cultura, reforma agrária etc. Ele atenta para um fato geralmente esquecido, de que grande parte das organizações não-governamentais já se articulava em rede antes mesmo da popularização da Internet, na metade dos anos de 1990.

Uma série de fatores contribuiu para isto: a exigência de intensificar parcerias; o desenvolvimento tecnológico; a internacionalização de conflitos sociais e ambientais; a necessidade de amplificar a oposição ao neoliberalismo e seus efeitos nefastos – empobrecimento, desemprego, competição desenfreada, esvaziamento dos poderes públicos, desprestígio das instituições de representação popular, absolutismo do mercado e do lucro (Denis de Moraes, 2001, pp. 127-128).

Essa oposição aos efeitos do *neoliberalismo* é





manifestada, hoje, também naquilo que o *neoliberalismo* se apropriou e tornou a bandeira número um de seu modelo de modernização: a idéia de *Sociedade da Informação* como caminho para a globalização da sociedade, potencializada pelas novas tecnologias de comunicação e informação de base digital. Ao comentar o panorama desses “tempos de globalização”, Jesús Martín-Babero observa a inversão de valores,

pois a “sociedade de mercado” é posta como requisito de entrada à “sociedade da informação”, de maneira que a racionalidade da modernização neoliberal substitui os projetos de emancipação social pelas lógicas de uma competitividade cujas regras já não são postas pelo Estado, mas pelo mercado, convertido em princípio organizador da sociedade em seu conjunto (Jesús Martín-Barbero, 1999, p. 9).

E mesmo que autores mais otimistas vejam a possibilidade de uma “indústria caseira da informação e do entretenimento” (Nicholas Negroponte, 2000, p. 23), não sabemos até que ponto essa contra-informação, ou informação local, teria uma repercussão ampla, uma vez que o desequilíbrio social também se reflete no acesso à informação e, muito mais, no direito de produzi-la. Para Manuel Castells, uma das causas da *divisão digital* é o nível de educação dos potenciais usuários.

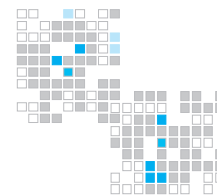
Essa capacidade de aprender a aprender, essa capacidade de saber o que fazer com o que se aprende; essa capacidade é socialmente desigual e está ligada à origem social, à origem familiar, ao nível cultural, ao nível de educação. É aí que está, empiricamente falando, a divisória digital neste momento (2003, p. 267).

A proposição de Castells nos imobiliza, pois parece deixar implícito que há pessoas ou grupos excluídos que – por mais esforços que haja por políticas públicas de acesso às tecnologias digitais de comunicação – jamais seriam capazes de aprender, de se apropriar dessas tecnologias. Ao

contrário, acreditamos que esses limites culturais, sociais e educacionais podem ser vencidos. E a sociedade tem se mobilizado nesse sentido. Um bom exemplo são os Comitês de Democratização da Informática (CDI) instalados pelo Brasil. A questão é: estando uma pessoa faminta, morando num local sem água nem saneamento básico e desempregada, a solução não pode ser, simplesmente, dar-lhe a chance de fazer um curso de informática ou ensinar-lhe a navegar na Internet. Acesso à tecnologia não representa, diretamente, melhoria de vida. É preciso uma ação que envolva uma concepção de cidadania que vá além do acesso a novas tecnologias, mas gerar contextos que possibilitem uma apropriação transformadora de sua situação atual.

A sociedade da informação: as contribuições latino-americanas

Uma das críticas que podem ser feitas à noção de *Sociedade da Informação* é que sua matriz, a possibilidade de um sistema de comunicações originado da fusão entre mídia de massa globalizada e rede mundial de computadores interconectada pelo digital, centra-se nas possibilidades econômicas e neo-imperialistas das novas tecnologias da informação e da comunicação. “Em meados dos anos 90, governos e empresas do mundo inteiro empenhavam-se em uma corrida frenética para a instalação do novo sistema, considerado uma ferramenta de poder, fonte potencial de altos lucros e símbolo de hipermodernidade” (Manuel Castells, 2000, p. 387). Os Estados Unidos lançaram o programa da Infra-estrutura Nacional de Informação com interesses de renovar sua liderança no século XXI. O Japão também entrou na corrida, propondo as “Reformas para a Sociedade Intellectualmente Criativa no Século XXI”. A França, por sua vez, produziu um relatório, em 1994, para reconhecer as suas possibilidades tecnológicas (Manuel





Castells, 2000, pp. 387-389). O então Grupo dos Sete (G7), Estados Unidos, Canadá, França, Alemanha, Itália, Grã-Bretanha e Japão, constituíram um acordo para desenvolvimento de uma Infra-estrutura Global de Informação (GII) como base para uma proposta comum de *Global Information Society* (GIS). Os objetivos da estrutura global de informação seriam o de promover a competição, o investimento privado, a regulação flexível e o livre acesso às redes. A orientação desses objetivos voltar-se-ia para promover oportunidade igual aos cidadãos, diversidade de conteúdos – também de línguas e de culturas— e reconhecer a necessidade de cooperação mundial, cuja atenção seria para os países menos desenvolvidos (Ministério da Ciência e Tecnologia, 1998, p. 97).

Mas, ao que parece, esses objetivos ficam difusos nas proposições e documentos propostos, dando margem para que os interesses econômicos muitas vezes se sobreponham. Ao analisar a via europeia para a Sociedade da Informação, Martin Becerra considera que

O problema é que o modelo de SI [Sociedade da Informação] oferece confusas aplicações e serviços para os que, na atualidade, não têm consumo garantido. E dado o elevado custo inicial dos serviços de entretenimento e pagamento por sessão, do alto preço dos equipamentos necessários para sua produção, emissão e recepção, assim como da instalação da fibra ótica nas residências, os documentos da EU [União Europeia] fazem um chamamento a que floresça um grande mercado de consumo de massas cujas condições objetivas de desenvolvimento estão nas entrelinhas e cujos consumidores não parecem estar demandando justamente canais de televisão por assinatura como estratégia de melhoramento de seu nível de vida (Martin Becerra, 1999, p. 54).

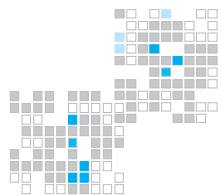
É essa preocupação que está movendo a América Latina a discutir esse modelo de

Sociedade da Informação que caminha para o

*“infotimento”*², ou seja, uma fusão cada vez maior entre informação e entretenimento, que acompanha a fusão das grandes corporações de mídia, mas que não corresponde aos anseios da sociedade. A ONU (Organização das Nações Unidas) organizou a Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (World Summit on Information Society, WSIS, ou CMSI, em português), realizada em Genebra, em dezembro de 2003. A fase decisória ocorrerá em Túnis, no ano de 2005. O objetivo da cúpula é “desenvolver uma visão comum e uma compreensão sobre o que é a Sociedade da Informação [...] e desenhar um plano estratégico de ação para uma adaptação adequada a esta nova sociedade”³. Os resultados de Genebra ficaram aquém do esperado, refletidos na relação, por vezes contraditória, entre a Declaração final do encontro e o Plano de Ação colocado. A proposta defendida pelo governo do Senegal, da criação de um Fundo de Solidariedade Digital, resultou numa “Agenda de Solidariedade Digital” evasiva, que deixa em aberto as responsabilidades sobre as ações concretas em relação à diminuição da “brecha digital”. As questões sobre comércio eletrônico e propriedade intelectual permanecem na forma atual, inclusive os EUA não cederam em suas prerrogativas sobre a gestão da Internet (atualmente quase toda informação da grande rede tem que passar por servidores norte-americanos). O desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) ficariam a cargo dos próprios países ou em acordos bilaterais, como o oferecido pela Microsoft em associação com o PNUD. “Poder-se-ia perguntar se subvencionar empresas do Norte para

2 O Relatório de Desenvolvimento Humano de 2002, em sua análise sobre a mídia, aponta a mudança de foco das notícias para o entretenimento no serviço público de radiodifusão. PNUD. *Relatório do Desenvolvimento Humano 2002: Aprofundar a Democracia num Mundo Fragmentado*. Lisboa, Mensagem: 2002, p. 78. [versão pdf]

3 Para saber mais sobre a Cúpula, acesse <http://wsis.itu.int>.





melhorar suas vendas no Sul, serve realmente aos interesses do desenvolvimento. Ou se é um papel apropriado para a ONU alentar os interesses de corporações transnacionais de estender seus monopólios em tais áreas”, é a crítica de Sally Burch, da Agência Latino-Americana de Informação (Alai), que cobriu o evento⁴.

A campanha Cris

Os representantes da sociedade civil, embora frustrados com os caminhos tomados pela Cúpula, viram o evento como um espaço privilegiado de articulação, avaliação e de proposição de uma agenda concreta. O resultado foi um documento alternativo, que acabou reconhecido como um dos produtos oficiais da CMSI, intitulada “Construir Sociedades da Informação que Atendam às Necessidades Humanas”⁵. Um mês antes da Cúpula de Genebra, Armand Mattelart⁶, ressaltou o trabalho pioneiro de organizações como World Association for Christian Communication (WACC) de Londres, a Agência Latino-americana de Informação (Alai) de Quito e a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Amarc) de Montreal, que juntamente com outros agentes sociais que compõem a Plataforma pelo Direito à Comunicação (grupo que aglutina ONGs de diversos países que atuam no campo da mídia e comunicação) lançaram a Campanha Cris (Communication Rights in the Information Society).

A Campanha pelo Direito à Comunicação na Sociedade da Informação tem uma compreensão

de *Sociedade da Informação* para além das questões de infra-estrutura e discussões sobre compatibilidade de tecnologias.

Nossa visão da “Sociedade da Informação” está baseada no Direito à Comunicação, como um meio para valorizar os direitos humanos e fortalecer a vida social, cultural e econômica de cidadãos e comunidades. [...] Isso significa não apenas infra-estrutura e tecnologia, mas também educação, acesso, capacitação para o uso, significa posse, controle e distribuição e apoio para mídias não-comerciais; significa políticas públicas, participação e respeito pelos direitos fundamentais (Cris, 2003, sp).

A Cris, na América Latina⁷, é um exemplo de como é possível uma outra discussão em termos de Sociedade da Informação, mas sua principal característica é propor práticas comunicacionais latino-americanas como possibilidade de iluminação. Victor van Oeyen⁸, apoiado em considerações de Antônio Pasquali e em pesquisa da Aler, lembra que a América Latina tem enfrentado dificuldades históricas no fortalecimento dos movimentos de rádios populares e comunitárias, que a televisão comunitária ainda cumpre um papel marginal e a comunicação alternativa ainda não avançou suficientemente na integração dos povos do nosso continente.

Mas também, à parte do papel histórico posto em julgamento, neste momento estão funcionando centenas de rádios populares e comunitárias em todos os países latino-americanos, com – no entanto – pouca incidência no nacional e no continental, mas com um papel criador de comunidade. Ao

4 Cf. Sally Burch. *CMSI: Acuerdos Mínimos y Compromisos Débiles*. ALAI, 16 de dezembro de 2003. [http://alainet.org/active/show_news.phtml?news_id=5175], acesso em 29/2/2004.

5 Confira a íntegra da declaração em http://alainet.org/active/show_news.phtml?news_id=5145.

6 Armand Mattelart. *Comunicación, Poderes, Resistencias*. Revista Etcétera – México – [<http://www.etcetera.com.mx/pag77ne37.asp>], acesso em 29/2/04.

7 Fazem parte a Agência Latino-americana de Informação (Alai), a Associação Latino-americana de Educação Radiofônica (Aler), a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Amarc), o Instituto do Terceiro Mundo (ITM), a Rede de Informações para o Terceiro Setor (RITS), a World Association for Christian Communication (WACC).

8 Coordenador do Departamento de Investigação da Erbol-Aler, designado articulador da Campanha Cris na AL.





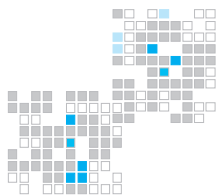
mesmo tempo funcionam agências de notícias alternativas como Alai, Rits, Recosur, Pulsar e existem formas criativas de uso das novas tecnologias de informação, como por exemplo os Telecentros no Peru, o Programa TICs na Bolívia, ou a Red Quiechua Satelital de Alred (Victor van Oeyen, 2002, sp.).

A experiência dos Telecentros no Peru, ou *Cabinas Públicas*, como popularmente são chamadas naquele país, é um exemplo concreto de saída criativa para a tão comentada “brecha digital”⁹, que divide o mundo em info-pobres e info-ricos. De cada dez internautas peruanos, nove se conectam à Internet nas Cabinas¹⁰. Desde a criação da primeira Cabina pela Rede Científica Peruana (RCP), em 1994, já somam mais de duas mil em todo o país, correspondendo a 83% dos usuários de Internet¹¹. O projeto científico de desenvolvimento teve difusão através de ONGs e telecentros educativos, em escolas, mas também foi apropriado por “empresários populares”, que levaram as Cabinas para as periferias das cidades, com serviços de digitalização de imagens e impressões. E mesmo tendo um interesse comercial, contribuíram para popularizar o acesso, que custa em média 0,80 centavos de dólar por hora. E a Rede Científica Peruana encarregou-se da capacitação das populações que passaram a usufruir a Internet. Na Bolívia, em Santa Cruz de La Sierra, é fácil encontrar pequenos estabelecimentos de acesso público à Internet, nesse modelo de “empresas populares”. Em junho de

2002, quando participávamos do Congresso da Alaic¹², em frente ao hotel em que estávamos havia um pequeno comércio de acesso à Internet, com cerca de dez computadores. Lá, via-se os populares acessando correio eletrônico, páginas de conteúdo, buscando emprego etc. Por uma hora de acesso, pagamos três Bolivianos, o que, na época, correspondia a setenta centavos de Real.

No Brasil, a cultura de universalização da informática está muito atrasada no aspecto da cidadania. Temos uma grande contradição: *o maior crescimento em número de internautas do continente*¹³, *mas um modelo que privilegia o acesso individual*. A linha de ação *Universalização de Serviços para a Cidadania*, do programa brasileiro de Sociedade da Informação (www.socinfo.org.br), é uma das mais atrasadas em sua operacionalização. A Agência Nacional de Telecomunicações vem priorizando a discussão do acesso público individual, propondo um número único de conexão, que seria taxado na conta telefônica do usuário. Esta proposta vem na direção de interesses comerciais de grandes provedores de conteúdos nacionais, como o Universo On Line, América On Line, Globo.com, Terra, cujo conteúdo estava sendo preterido em relação ao modelo de provedores gratuitos como o IG, POP, Ibest. Também os provedores gratuitos são limitados em sua concepção, pois são parceiros de grandes empresas de Telecomunicações, que faturam receita com o acesso dos usuários, que pagam a conta telefônica. Em suma, temos um modelo de acesso público da Internet que só privilegia uma

122



9 O Relatório de Desenvolvimento Humano aponta que, dos quinhentos milhões de usuários no mundo (2002), 72% estavam em países da OCDE, com elevados rendimentos. 164 milhões residem nos Estados Unidos. PNUD. *op. cit.*, 2002, p. 10.

10 Sandro Venturo. *Cabinas, Acceso y Redes Sociales*. Especial Cabinas Internet, Dilemas. (Acesso em 12/1/2003). [http://www.yachay.com.pe/cabinas_peru\1.htm]

11 Jorge Bossio. *Estudios sobre las Cabinas de Internet en el Peru*. Especial Cabinas Internet, El fenómeno. (Acesso em 12/1/2003) [http://www.yachay.com.pe/cabinas_peru\2.htm]

12 Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

13 Segundo o Ibope Ratings, o Brasil passou de 5,1 milhões de internautas ativos há dois anos para 7,68 milhões até setembro de 2002. Um crescimento de 50,5% dos usuários ativos. Em janeiro de 2005, segundo o consórcio FGV/IBGE [www.cdi.org.br], apontava um quadro de 30.890.852 de incluídos, contra um número de 147.396.185 excluídos. Além disso, menos de 18% da população brasileira tem acesso à Internet.





mínima parte privilegiada da população brasileira que tem computador e linha telefônica em sua residência. A proposta de fato mais universal, os telecentros, algo semelhante às Cabinas peruanas, que começaram a ser criadas em 2003, com investimentos do Fust (Fundo para a Universalização dos Serviços de Telecomunicações), mas ainda em escolas e unidades militares, as ONGs têm buscado parcerias na iniciativa privada. Só a Pastoral da Criança¹⁴ inscreveu-se para instalar mais de trezentos telecentros no país, com apoio de dioceses católicas, mas o Governo ainda não aprovou os projetos¹⁵. E, como afirma Victor van Oeyen:

Não é o caso, na América Latina, pensar internet em termos de uso individual. Não é o interesse de nós que estamos buscando melhorar a situação. Como podemos, por exemplo, trabalhar nesses temas junto com nossos governos? Eles têm responsabilidades para com suas sociedades e um governo não tem somente que regular e permitir, mas controlar, essa é uma função importante, tem que dar acesso, por exemplo, a grupos na sociedade, mas também tem a obrigação de executar políticas de desenvolvimento para sua população¹⁶.

Em vista de construir políticas de desenvolvimento, o governo brasileiro poderia, desta forma, buscar experiências coletivas como a do Peru, uma vez que, desde 1994, eles já desenvolveram as “cabins públicas” através de parcerias entre ONGs, pequenas iniciativas

14 A Pastoral da Criança é um organismo de ação social da CNBB que acompanha mensalmente mais de 76 mil gestantes e 1,6 milhão de crianças carentes menores de seis anos. São mais de 155 mil voluntários que combatem a mortalidade infantil, reduzida a menos da metade da média nacional nas 32.743 comunidades acompanhadas.

15 É provável que esta não aprovação seja decorrente da espera dos resultados da Consulta Pública sobre os destinos da verba do Fust, mas o pedido havia sido feito ainda na gestão de Fernando Henrique Cardoso, que não chegou a deliberar sobre os destinos do fundo.

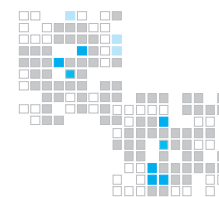
comerciais locais, comunidades e apoio da Rede Científica Peruana. O Socinfo (Programa para a Sociedade da Informação no Brasil – www.socinfo.org.br) tem mostrado uma atuação apática, talvez essa responsabilidade de incentivar e acompanhar a criação dos telecentros devesse estar a cargo de instituições como o CNPq, que teria uma contribuição mais significativa junto ao Ministério da Telecomunicações e a Anatel, responsáveis pelo processo. Porém, a discussão sobre a Sociedade da Informação não se limita à Internet, mas a todos os meios que podem convergir para a base digital: o rádio, a TV aberta e a cabo, o cinema, publicações, bancos de dados etc.

A experiência da CNR

Uma outra experiência peruana que aponta para um laboratório importante de associação entre “novas” e “velhas” tecnologias, por considerar as diferentes realidades locais, é a Coordenadora Nacional de Rádios (CNR). A CNR nasceu em 1978, como um projeto regional no Sul do Peru, e conta atualmente com oitenta afiliados, 48 rádios e 32 centros de produção radiofônica e instituições associadas. A CNR é um exemplo de construção de rede participativa em que o rádio é voltado para a cidadania, para a participação popular e para o desenvolvimento local e regional. Estabeleceu-se articulando criativamente lideranças, envolvimento pessoal e tecnologias de comunicação digitais.

A Coordenadora Nacional de Rádio convive com o desequilíbrio entre grandes rádios – que participam da rede via satélite, tem Internet e correio eletrônico – e as rádios e pequenos centros de produção mais distantes, que não contam com esses serviços. Mas esse desequilíbrio não impediu que se desenvolvesse um trabalho de mestiçagem

16 Victor van Oeyen. *Entrevista a Juciano Lacerda*, Santa Cruz de La Sierra, Bolívia, jun. 2002.





entre tecnologias em função de um jornalismo investigativo no combate à ditadura de Alberto Fujimori, no Peru.

A CNR foi a única rede que canalizou a informação e a organização do povo para as grandes mobilizações contra Fujimori. Foi histórica a grande jornada denominada a *Marcha de los cuatro Suidos*. “Suidos é uma palavra Kichwa, dos Incas, que significa os pontos cardeais, os quatro suídos, falavam no império inca. Então, era a marcha de todo o Peru, de todos os cantos”, explica Sanchez Coronel¹⁷. Alejandro Toledo, atual presidente, era um dos que lideraram esses movimentos. Era uma mobilização nacional e a CNR utilizou a comunicação via satélite (Alred), a comunicação via Internet convencional e via satélite, o telefone e, até mesmo, o cassete. A cobertura contou com cerca de duzentos jornalistas, fazendo exclusivamente esse trabalho em todo o Peru. O programa era feito do meio-dia até às duas horas. Entre três e quatro horas da tarde já havia cem fitas-cassete prontas para o transporte de ônibus. E no dia seguinte, ou na mesma noite, estavam sendo veiculados nas rádios sem cobertura via satélite.

A Internet teve um papel relevante na comunicação da CNR durante a campanha contra Fujimori. O correio eletrônico foi chave para a veiculação da informação. Os repórteres e os produtores comunicavam-se também por *chat*. No *site* (www.cnr.org) eram inseridas entrevistas, comentários, áudio de notícias. Mesmo que no Peru a maioria não tenha podido acessá-lo, serviu para dezoito rádios, que todos os dias lá entravam e baixavam o áudio com os programas. A produção teve repercussão também em outros países. Os programas foram utilizados ainda na Espanha, na Itália e em outros países da América Latina.

No ano de 2001, o governo de Alejandro Toledo fez um reconhecimento oficial à CNR

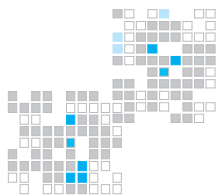
¹⁷ Entrevista a Juciano Lacerda, São Leopoldo, RS, Brasil, abr. 2002.

pela defesa da democracia e pela luta pela liberdade de expressão. “É um símbolo de como uma rede popular pode jogar no campo grande, no campo da vida social do país. Nós não nascemos para ser alternativos ou marginais”, enfatiza Sanchez Coronel.

O exemplo de uso e apropriação das novas tecnologias pela CNR em prol da cidadania e da participação da sociedade no campo político, social e cultural demonstra que também é preciso articular e fazer dialogar as tecnologias. Essas formas de uso mestiço podem apontar luzes tanto para aqueles que vão defender um uso social das novas tecnologias na Cúpula Mundial da Sociedade da Informação, em Túnis 2005, quanto em qualquer outra instância que envolva a luta pela democratização e o direito à informação, inclusive num ponto bem simples, a chamada inovação tecnológica, que mobiliza o consumo de novos aparatos. Hoje, o mercado cria *hardwares* e *softwares* que não dialogam com as versões anteriores, o que torna caríssimos os computadores, por exemplo. Isso se amplia quando um país resolve montar uma infraestrutura tecnológica entre os pobres e miseráveis e corre o risco de tê-la obsoleta em pouco tempo. Ou mesmo quando os países desenvolvidos resolvem ser generosos com os subdesenvolvidos e lhes vendem tecnologia “de ponta” que, na verdade, como já denunciava Eduardo Galeano, em 1970, são tecnologias de segunda, pagas como de primeira, ou tecnologias cuja licença já é de domínio público e deveria ser doada em vez de vendida.

Considerações finais

As redes tecnológicas de comunicação digital são estratégicas para a sociedade contemporânea, mas não podem ficar restritas às linhas impostas pela proposta *neoliberal* de *Sociedade da Informação*. A prática de organização em redes





de solidariedade social ou redes sociais de comunicação antecedeu o formato das redes digitais e ajudou-as em sua construção, mas deixou surgir uma lacuna entre o social e o tecnológico, na qual entrou o mercado internacional, fazendo com que o *capitalismo* ganhasse novas forças para reerguer-se de uma crise, na década de 1970. Hoje, as novas formas de solidariedade internacional, e aqui destaco a América Latina, não podem cair no mesmo equívoco, mas recuperar a própria história da comunicação em redes digitais para construir uma identidade de usos sociais, coletivos e mestiços da Internet e demais mídias digitais, a exemplo das *Cabinas do Peru* e das *empresas populares de Internet*, da Bolívia.

Com essa inspiração solidária, identificamos organizações sociais preocupadas em garantir e preservar o direito humano ao uso da comunicação digital, como a Cris na América Latina, e atores de redes sociais de comunicação

que, por usos e apropriações mestiças da Internet e de outras mídias digitais, mobilizam-se, dão a vida para construir uma comunicação processual com mídias cidadãs e produtos midiáticos sérios, investigativos, voltados para colocar na pauta midiática as questões candentes da sociedade, a exemplo da CNR do Peru.

A tecnologia digital vem sendo incorporada por essas redes sociais e solidárias de comunicação, gerando significações sobre seu sentido e, ao mesmo tempo, provocando uma redefinição de modos de comunicação já culturalmente estabelecidos nessas redes: os fóruns, debates, encontros presenciais, o telefone, a carta e o fax, para citar alguns. Esses modos de comunicar já realizavam o papel de conectar, juntar e aproximar contextos distintos, o que torna possível um projeto de comunicação que não se deslumbre com a comunicação digital, mas que a potencialize e enriqueça com a possibilidade de usos e apropriações mestiças.

BIBLIOGRAFIA

BOSSIO, Jorge. *Estudios sobre las cabinas de internet en el Peru*. Especial Cabinas Internet, El fenómeno. (Acesso em 12/1/2003) [<http://www.yachay.com.pe/cabinas peru\2.htm>].

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

CRIS. *Um outro mundo... de comunicação*. Documento da Cris para o Terceiro Fórum Social Mundial 2003, Porto Alegre. [versão pdf].

GALEANO, Eduardo. *As veias abertas da américa latina*. 41ª ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Comunicación y solidaridad em tiempos de Globalización*. Conferencia no 1º Encontro Internacional de Comunicadores Católicos. 1999, p. 9. (Acessado em 2/5/2002). [www.jmcommunications.com/spanish/barbero.html].

MATTELART, Armand. *Comunicación, poderes, resistencias*. *Revista Etcétera*, México, [<http://www.etcetera.com.mx/pag77ne37.asp>], acesso em 29/2/04.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. *Bases para o Brasil na sociedade da informação: conceitos, fundamentos e universo*

político da indústria e serviços de conteúdo. São Paulo: Instituto Unimep, 1998.

MORAES, Denis de. *O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

OEYEN, Victor van. *La Campaña CRIS —Construcción de una diplomacia ciudadana*. Ponência no Encontro da Agência Latino-Americana de Informação (Alai), 2002, acesso em 19/1/2003. [http://www.comunica.org/cris/documents/spanol/CRIS_ponencia_en_encuentro_ALAI.rtf]

PNUD. *Relatório do desenvolvimento humano 2002: Aprofundar a democracia num mundo fragmentado*. Lisboa: Mensagem, 2002. [versão pdf].

TAKAHASHI, Tadao (org.). *Sociedade da informação no Brasil*: Livro verde. Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000. [formato pdf].

VENTURO, Sandro. *Cabinas, acceso y redes sociales*. Especial Cabinas Internet, Dilemas. (Acesso em 12/1/2003). [<http://www.yachay.com.pe/cabinas peru\1.htm>].

