



Apropriação Social das TICs: para afirmar a Comunicação como Direito Humano¹ Prof. Adilson Cabral² - Universidade Federal Fluminense – UFF

Resumo

Este artigo, parte integrante da tese recentemente defendida pelo autor, intitulada “A formação das comunidades de compartilhamento social no Centro de Mídia Independente”, consiste numa das abordagens conceituais desenvolvidas ao longo do texto, cujo intuito era o de demonstrar a apropriação social das TICs – tecnologias de informação e comunicação - como componente de uma experiência concreta de democratização na comunicação. Parte de uma pesquisa bibliográfica e documental, de base descritiva, salientando a importância da comunicação no contexto das organizações da sociedade civil, com base num maior envolvimento e conscientização.

Palavras-chave

Apropriação social das TICs – políticas de comunicação – sociedade do conhecimento.

Este artigo é parte integrante da tese recentemente defendida pelo autor, intitulada “A formação das comunidades de compartilhamento social no Centro de Mídia Independente”. Consiste numa das abordagens conceituais desenvolvidas ao longo do texto, cujo intuito era o de demonstrar a apropriação social das TICs como componente de uma experiência concreta de democratização na comunicação.

A democratização da comunicação é uma histórica bandeira de luta dos movimentos sociais no Brasil. É tanto uma preocupação de cada organização social em sua atuação cotidiana (o Movimento Sem Terra (MST), por exemplo, tem suas iniciativas constantemente deturpadas pela mídia corporativa), como leva em conta as necessidades de uma reformulação de políticas públicas para o setor, considerando a diversidade de produtores capacitados e qualificados para acessar e exercer o controle sobre os meios de grande circulação, além de implementar meios de alcance local e comunitário.

A luta pela democratização da comunicação no Brasil resulta numa iniciativa que se vincula "aos esforços para uma reestruturação da sociedade brasileira, com o estabelecimento de garantias para o acesso a serviços públicos, ao trabalho e a condições de vida dignas para todos os brasileiros" (BASES..., 1994). Segundo Murilo César Ramos (2000, p. 93), professor de Comunicação da UnB, esta luta seria oriunda da mobilização de uma "opinião pública dotada do poder de tomar decisões e dar conseqüências a essas decisões, a partir, por exemplo, de conselhos populares e organizações produtivas em que predominem a propriedade cooperativa ou outras formas de autogestão".

¹ Trabalho apresentado ao NP 10 – Políticas e Estratégias de Comunicações, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Publicitário, Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense-UFF, Pesquisador, Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo-UMESP. Coordenador do Informativo Eletrônico "Sete Pontos" - <http://www.comunicacao.pro.br/setepontos>.

A Comunicação pode ser entendida como um processo relacionado diretamente ao diálogo, à interlocução entre dois ou mais atores que compartilham dos mesmos instrumentos para entender e se fazer entendido. De acordo com o Dicionário de Comunicação de Rabaça e Barbosa (1987, p. 151), "comunicar implica participação (*communicatio* tem o sentido de 'participação'), em interação, em troca de mensagens, em emissão ou recebimento de informações novas", portanto cabe compreender a perspectiva da democratização da comunicação através do resgate de sua conceituação originária, diante da constatação de seu desenvolvimento em escala industrial, dentro do sistema capitalista.

Não se trata aqui, portanto, de compreender o conceito de democracia a partir do campo das Ciências Políticas e da Filosofia, mas sim de focar a apropriação desse conceito pela sociedade civil relacionada ao movimento pela democratização da comunicação no Brasil, que a transforma em bandeira de luta, além de propor elementos que a constituiriam.

O slogan do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), organização atuante nos anos 90, traduz exemplarmente sua forma de atuação: "democratizar a comunicação para a democratização da sociedade" estabelece a necessidade de tornar a comunicação mais democrática como condição prévia à democratização da sociedade, cumprindo um duplo papel de ressaltar o papel potencializador da comunicação nas lutas específicas dos diversos movimentos sociais e as particularidades da comunicação como temática própria, dentro de um sistema restritivo e excludente, que inibe uma efetiva participação no seu processo de produção.

No entanto, a prática derivada desta compreensão, associada à prioridade voltada para a legislação a ser democratizada, vem gerando ao longo desses anos uma concentração do conhecimento sobre os meandros das diferentes temáticas num círculo restrito de ativistas, ao mesmo tempo em que se abre mão da participação efetiva dos movimentos sociais. Na medida em que os projetos de lei mais democráticos, implementados no âmbito do FNDC como frentes de luta, não estavam nem no alcance nem na pauta da maioria das organizações que o integrava, a democratização da comunicação deixa de ser feita pelo conjunto da sociedade civil no cotidiano de suas ações, passando a ser alcançada mediante transformações a serem realizadas na legislação que rege o setor.

O desafio é, portanto, chamar a atenção para questões vitais no campo da comunicação para a transformação da sociedade, a fim de conquistar uma atuação efetivamente qualificada e participante. Para as organizações da sociedade civil, a comunicação é uma demanda latente: várias são as reivindicações e formas de



protesto dos mais variados fins que esbarram no poder da mídia, mas não se valem de um uso estratégico da comunicação, ao mesmo tempo em que existem limites na produção de veículos eficientes de comunicação tanto voltados para ativistas mais próximos, como para a população em geral. Ao mesmo tempo, a comunicação também é uma demanda patente, na medida da carência de ações voltadas para superar a limitação de suas atuações no setor, seja de forma mais contundente e articulada em relação à concentração da mídia, seja no tocante à revitalização da comunicação em suas atividades cotidianas.

O entendimento sobre a falta de percepção ou de envolvimento das organizações e movimentos sociais em relação às temáticas introduzidas por parte do movimento pela democratização da comunicação, na figura do FNDC, carece de uma pesquisa mais bem formulada, voltada também para este propósito. Entretanto, cabe vislumbrar algumas respostas a esta indisposição: a necessidade das organizações em tomar parte ou não de discussões específicas sobre o tema da comunicação (diante de uma agenda não menos extensa e relevante em seus setores), lançar mão de uma política ousada e articulada de comunicação, que envolvesse também veículos/programas de grande circulação e campanhas de esclarecimento, ou, simplesmente, o não compartilhamento na mesma crença que o FNDC por parte dos movimentos sociais, no que diz respeito ao processo de transformação do sistema de comunicação no Brasil pela via institucional, passando a se concentrar em suas lutas específicas.

As várias articulações que surgem desde a posse do Governo Lula em 2002 indicam que a comunicação continua sendo percebida como problema, mas sendo vislumbrada por outros atores sociais em diferentes circunstâncias, mais direcionadas à própria necessidade de qualificar o conteúdo transmitido ou de garantir a diversidade das iniciativas de comunicação.

Ingredientes para uma democratização possível

Várias condições são indispensáveis para o entendimento da democratização da comunicação tal como aqui apresentada, ou seja, resgatando a essência de sua concepção dialógica. Incrementar a capacidade de interlocução de mais atores para a formulação de propostas efetivamente democratizantes implica tanto na capacidade de nivelar ativistas com o conhecimento necessário para o domínio dos assuntos afins, como também na disposição de pessoas mais diretamente envolvidas em desenvolver estas atribuições.



O entendimento do conceito de controle público, tal como formulado pelo FNDC nas resoluções da IV Plenária, está relacionado à idéia de um

processo político de incidência, *mais indireta do que direta*, necessariamente *política*, da sociedade civil e dos setores organizados da sociedade sobre os veículos de comunicação, através de instrumentos institucionais e políticos com funções de avaliação, fiscalização, crítica, acompanhamento, dissuasão e contra-argumentação (grifo do original)³.

Ou seja, não está relacionado a processos de autogestão nem mesmo de cogestão na formulação de políticas públicas, na medida em que mais indireta do que diretamente tem a capacidade de formular políticas para o setor. Sua vocação está intimamente ligada às instâncias estabelecidas no âmbito governamental que contemplem a participação da sociedade civil, tais como Conselhos, Grupos de Trabalho e consultas públicas, além da formulação de projetos de lei junto ao Congresso.

No entanto, um envolvimento mais amplo e necessário da sociedade civil e de suas organizações se dá nos espaços que ela mesma constrói nas suas ações cotidianas. A capacidade de intervir em políticas públicas é fruto de sua mobilização e sua conscientização em relação aos problemas, limitações e necessidades que enfrenta. Do contrário, qual controle público pode ser legítimo diante de uma mobilização sem conscientização ou sem capacidade de agregar atores qualificados? Essa, por exemplo, pode ser uma pista importante para entender melhor o limitado poder de alcance do Conselho de Comunicação Social, dentre outras iniciativas relacionadas ao setor.

No âmbito latino-americano, mais de cem pessoas e organizações ligadas ao campo da comunicação, como a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC), a Associação para o Progresso das Comunicações (APC) e a World Association on Christian Communication (WACC), se reuniram no Forum Social das Américas em 2004, na cidade de Quito, Equador, no qual lançaram um documento intitulado "Outra Comunicação é Possível" (DECLARAÇÃO..., jul. 2004). Neste documento, as organizações signatárias dirigem-se a comunicadores e comunicadoras, aos meios de comunicação e a sociedade civil em geral, manifestando a necessidade de se contemplar oito aspectos relevantes, a saber: o reconhecimento do outro; o desenvolvimento de sujeitos conscientes para intervir politicamente; a superação das brechas educativas, econômicas, científicas e de oportunidades entre ricos e pobres através das novas tecnologias da comunicação e da informação (TICs); a responsabilidade social e a inspiração democrática nos

³ Disponível em <http://www.comunicacao.pro.br/artcon/democom.htm>. Acesso em 03/01/2005.



meios de comunicação comerciais e comunitários; a definição de marcos regulatórios e legais de comunicação e informação; multiplicar as experiências de observatórios cidadãos de meios; entender a comunicação como um direito e não como uma atividade comercial e, por fim, construir e fortalecer redes cidadãs de comunicação ou de meios com sentido público da comunicação, visando "construir um pensamento autônomo e mais comprometido com a democracia (...) cujo fundamento é a solidariedade e a responsabilidade histórica".

Outra iniciativa interessante é a do I Fórum Mundial de Informação e Comunicação (PRIMER FORUM ..., 2005), promovido pelo Le Monde Diplomatique (LMD), a agência IPS – Inter Press Service e a ONG Media Watch Global, e com a participação das organizações Greenpeace e Oxfam, que implementaram painéis relacionados à concentração e a homogeneização dos meios informativos e o desmantelamento dos meios públicos de rádio e televisão. Foram debatidas propostas como a auto-regulação dos jornalistas, o debate sobre a responsabilidade pública da informação, as legislações que defendem o pluralismo informativo, bem como o apoio aos meios alternativos de informação e as alianças entre pesquisadores de comunicação, profissionais de informação (jornalistas) e usuários da informação (o público).

Tais iniciativas fazem da pluralidade de atores um aspecto determinante na constituição de uma possível e desejável democracia para a comunicação, agenciando ações que, ao invés de convergir para uma macro-organização centralizada, fazem da diversidade um aspecto definidor de sua identidade, ao mesmo tempo em que concebem unidade à ação das organizações.

Essas novas formas de fazer política e reivindicar dimensões democratizantes de um determinado campo de atuação dizem respeito muito mais à afirmação de uma pluralidade que não se consolida do ponto de vista de um determinado corpus ideológico. Ou seja, não se referem à afirmação de valores e práticas relacionados às políticas públicas do campo comunicacional à luz de uma ideologia organizada, mas sim se relacionam como tendências diversas de base democratizante, que não se pautam pela necessidade de intervenção junto ao Estado, mas sim de construir laços fraternos entre si, afinados com a necessidade de resistir e transformar relações de opressão.

Segundo Holloway (2003, p. 38-39), "existe uma imensa área de atividade dirigida a transformar o mundo que não tem o Estado como centro e não objetiva ganhar posições de poder". O autor se refere a essa área como aquela na qual cresce o antipoder, por ter deslocado a importância do controle do Estado e se evidencia uma



perda da perspectiva revolucionária nos moldes da antiga distinção entre reforma, revolução e a via anarquista. estes debates teóricos e/ou estratégicos são cada vez menos relevantes no contexto de uma configuração plural de movimentos dos mais variados setores e a Comunicação não constitui exceção nesse novo cenário.

Ao contrário do modelo de controle público, que pressupõe a composição da sociedade civil com os setores de governo e mercado para dimensionar o papel da comunicação, os movimentos que reivindicam o antipoder se articulam entre si, assumindo maior autonomia e tendo consciência de sua própria identidade. Por consequência, têm Governo e Mercado não como parceiros, mas como atores tão necessários quanto o limite estabelecido pelas suas atribuições conjunturais. Articulam-se a partir da afinidade de projetos: afirmação da mulher, agricultura alternativa, terra e trabalho, contra o trabalho infantil, dentre vários outros e suas ações formam um modelo que, na medida de seu interesse e capacidade de pressão, pode vir a servir como contribuição para leis e novas adesões.

Dessa forma, para pautar a comunicação como temática relevante, cabe, aos movimentos mais diretamente envolvidos na temática da democratização da comunicação, compreender necessidade a diversidade de produtores e atores - meios comunitários inclusive -, a capacidade de envolver também a sociedade civil não organizada, ou seja, a população em geral.

O entendimento da democratização da comunicação passa pela capacidade de proporcionar meios de acesso, controle, gestão e produção de comunicação por parte da sociedade, visando torná-la consciente de suas capacidades e mais esclarecida a respeito de seus assuntos de interesse. O desenvolvimento de políticas e meios democráticos de comunicação torna-se um aspecto determinante para entender cenários e tendências possíveis.

Vislumbrando espaços de atuação

Apesar do crescente e bem-vindo interesse em relação à temática comunicacional, as organizações da sociedade civil em geral ainda subvalorizam o papel da comunicação, colocando-a à disposição de seus interesses institucionais, ao invés de considerá-la como uma ferramenta para desenvolver suas atividades e perspectivas. Dessa forma abrem mão da capacidade de avaliar as ações de implementação das suas frentes de luta. A comunicação pode contribuir bastante nesse sentido, se tida como um processo caracterizado pela construção de identidade



de uma idéia, a produção de uma cultura que a consolide e a socialização do saber que a sustenta. Compreender esse processo é fundamental para localizar a importância dessa prática no cotidiano.

Para situar esta questão apenas em relação aos meios de circulação, que estão ao alcance da sociedade civil de um modo geral - rádios comunitárias e canais comunitários de TV a Cabo -, os canais disponibilizados foram timidamente aproveitados e experimentados diante das possibilidades em relação às iniciativas implementadas, embora contem com um perfil novo de participação, basicamente formado por pessoas e grupos que perceberam a importância da formação de veículos próprios de comunicação, com uma dinâmica específica, seja para reforçar uma determinada comunidade, seja como alternativa de geração de renda ou de veiculação da produção.

Um desafio cada vez mais necessário é o de cativar as comunidades para a importância das rádios comunitárias implementadas, visto que se precisa levar em conta a adesão popular para fazer valer a própria existência das rádios, como no fechamento da Rádio Bicuda, no bairro de Vila da Penha, município do Rio de Janeiro, ou mais recentemente, a Rádio Novo Ar, em São Gonçalo, mostrando, nesse sentido, as peculiaridades que o modelo comunitário possui em relação à radiodifusão comercial. Cabe explicitar esta distinção dando ênfase às diferenças entre os dois modelos, às limitações impostas na linguagem e na rotina de trabalho pelos empresários de emissoras comerciais, que também veiculam inverdades em relação à interferência proporcionada pelo sinal das rádios comunitárias, além de afirmar e reforçar vantagens próprias das rádios comunitárias (proximidade, interatividade, etc) no desenvolvimento de programas e da articulação da comunidade.

São decisões de definição simples, relacionadas ao projeto editorial, que fazem uma rádio afirmar seu perfil comunitário. Em primeiro lugar, sua própria concepção não é mais adequada à divulgação de sucessos das rádios comerciais. As pessoas capacitadas de uma determinada comunidade são ao mesmo tempo profissionais e formadores, comunicadores e educadores, porque o ofício não é argumento de autoridade, mas sim um conhecimento a ser compartilhado com quem quer que deseje.

Por sua vez, as pessoas e grupos que participam da formação de canais comunitários em vários municípios, tendo o mérito de manter vivas suas experiências mediante restrições impostas pelo governo e pelas operadoras a cabo, perdem a oportunidade de formular discussões sobre outros pontos apresentados dentro da lei: tempo limite para cabeamento da área de concessão das operadoras, ocupação dos



outros canais (além do comunitário), fundo de apoio à programação, etc. O espaço de encontro que a implementação dos canais comunitários possibilita pode servir como articulação para superar impasses econômicos e de programação, como também para formular novas perspectivas de legislação que levem a radicalizar a democratização desses espaços.

Além dessas contribuições, os processos de comunicação institucional passam pela construção de identidades comuns, que contemplem as contribuições específicas das entidades participantes de cada canal. Dessa forma, o interesse em veicular produções das entidades sem fins lucrativos seria aliado da necessidade de compartilhar ações, aproveitando a articulação proporcionada pelos canais comunitários.

A capacidade de refletir a definição das identidades, bem como suas afinidades e públicos comuns, não é devidamente estimulada no planejamento de veículos próprios, o que inviabiliza uma resposta mais elucidativa sobre o propósito de sua atuação. Mostrar as possibilidades de utilização dos veículos de comunicação comunitários diante da configuração do mercado (na condição de atividade-fim) e principalmente estimular a produção por parte das comunidades - até mesmo gerando iniciativas próprias, como as TVs Comunitárias dos anos 80 - se tornam necessidades cada vez maiores, na medida em que o cenário de uma sociedade produtiva vem se tornando uma nova realidade, independente das restrições legais ao desenvolvimento dos espaços de caráter comunitário. Tais iniciativas servem para aquecer e impulsionar a sociedade civil no âmbito das iniciativas já existentes, servindo como experiências para o dimensionamento de outras novas tecnologias, como a TV Digital ou as mídias digitais transmitidas pela Internet.

Democratização: uma questão de direito

A recomposição dos movimentos relacionados com a democratização da comunicação levou ao desgaste do slogan do FNDC na prática, possibilitando o aparecimento de um outro conceito, revitalizando, tanto global como localmente, o debate e as ações da sociedade civil: o direito à comunicação.

Se, por um lado, democratizar a comunicação significa recobrar o que esta atividade tem de vital, ou seja, reivindicar a dimensão original de diálogo e horizontalidade da comunicação, a idéia de lutar pelo direito à comunicação está diretamente relacionada à mobilização tanto daqueles que buscam exercê-la mais



diretamente na prática - ativistas e jornalistas, por exemplo - como expandir esse direito àqueles que têm competência para tanto, ou seja, à sociedade como um todo.

Nos debates internacionais, mesmo no campo da sociedade civil, o direito à comunicação como conceito provoca entendimentos diversos: pode se referir à reivindicação dos meios de comunicação não disponíveis - como se restringisse apenas a ampliar sua dimensão -, ou ainda, como a amplitude do direito à comunicação tal como é atualmente disponibilizada, focando a dimensão do consumo de produtos e veículos por parte da população em geral. Entretanto, este conceito diz respeito ao direito à comunicação em sua essência, tal como ela nunca deveria ter deixado de ser, que se deseja afirmar e disseminar.

Sua origem se dá a partir do Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos do Homem, que afirma: "Todo homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras" (DECLARAÇÃO ..., 2004).

Comentando a afirmação de Jean d'Arcy, para quem o direito do homem a comunicar deveria ser contemplado na própria Declaração Universal dos Direitos do Homem, Cees Hamelink (in MELO e SATHLER, 2005, p. 144) mostra que, desde a introdução deste direito pela UNESCO, em 1994, "o direito a comunicar é percebido por seus protagonistas como mais fundamental do que o direito à informação, como atualmente disposto pelas leis internacionais". O redimensionamento do artigo 19, a partir dos diversos debates que se seguiram, proporcionou o surgimento da Plataforma para os Direitos da Comunicação, um agrupamento de ONGs formado em 1996, em Londres, que por sua vez, em 2001, fundou a Campanha CRIS.

O amadurecimento das articulações promovidas levou à necessidade de entender o próprio direito à comunicação como um direito humano, atualmente reivindicado por organizações como a AMARC e que se manifesta na Carta de Princípios da Campanha CRIS como suporte aos direitos humanos: "Nossa visão de Sociedade da Informação se fundamenta no Direito a Comunicar como um meio de enfatizar os direitos humanos e fortalecer a vida social, econômica e cultural das pessoas e das comunidades" (LA CARTA..., 2005). Também o texto de apresentação da Plataforma busca assegurar a concordância em

trabalhar para que o Direito à Comunicação seja reconhecido e garantido como fundamental para assegurar os Direitos Humanos, com base nos princípios de



participação genuína, justiça social, pluralidade e diversidade e que reflita perspectivas de gênero, culturais e regionais (PLATFORM ..., 2005).

Já na Carta de las Radios Comunitarias y Ciudadanas, deliberada pela AMARC em 1998, durante a VII Assembléia Regional da AMARC 7 - européia -, seus signatários afirmam que a "comunicação é um direito humano universal e fundamental" em todas as suas implicações, que são melhor explicitadas em outros documentos disponibilizados pela seção latino-americana da AMARC, em especial a Carta de Comunicação dos Povos⁴.

De um modo geral, o desenvolvimento da percepção da importância da comunicação para a transformação social contribuiu para o resgate do direito à comunicação de todos, para todos e por todos, nas dimensões de conceber, produzir, veicular, disseminar e incrementar a participação de mais atores. Tal sentido é traduzido de maneira mais forte neste contexto do que simplesmente na idéia de democratizar a atividade, englobando outras noções como a liberdade de expressão e de imprensa, o direito à informação, o direito de se comunicar, bem como também a própria democratização da comunicação, a diversidade cultural e as questões relacionadas à propriedade do conhecimento. E de certa maneira, como afirmam McIVER, BIRDSALL e RASMUSSEN (2004), "o reconhecimento da comunicação como um direito básico universal não foi atingido até que tivesse sido provocado por uma inovação tecnológica significativa", referindo-se ao desenvolvimento da Internet, mas em consonância com os meios comunitários em geral.

A formulação atual do direito à comunicação está, portanto, relacionada à definição de políticas públicas e marcos regulatórios, na forma de princípios a serem estabelecidos e reivindicados pelas diversas organizações participantes da Campanha CRIS, bem como de outras iniciativas mais recentes, mais do que de leis democratizantes a serem efetivadas nos diversos países. Ou seja, a mobilização pela democratização da comunicação, que se processava de outras formas em outros países, agora se torna globalizada, buscando uma agenda comum a partir de realidades que cada vez mais se entendem como semelhantes.

Qual comunicação se pretende democrática?

A pluralidade de atores e bandeiras de luta, voltada para a diversidade dos produtos concebidos, produzidos e distribuídos, se apresenta a priori como determinante

⁴ Ver, na íntegra, em <http://www.pccharter.net/charteres.html>. Acesso em 05/01/2005.



no contexto de democratização da comunicação, mas de uns tempos para cá não vem sendo mais tão fundamental. Para Santoro (1995, p. 2) "é preciso que aqueles que são chamados a decidir, ou eleger os que deverão decidir, sejam colocados diante de alternativas reais e postos em condição de escolher" e esse é um processo tão determinante que precisa ser também afirmado na constituição e no próprio cotidiano das ações dos movimentos que reivindicam a democratização da comunicação.

Ou seja, os aspectos quantitativos da participação, relacionados ao número de canais e programas disponíveis, são componentes imprescindíveis de sua qualidade, mas não são apenas os únicos, nem mesmo os mais importantes, na medida da capacidade real de envolvimento das pessoas no processo de produção, da compreensão dos assuntos que são objeto da comunicação, da capacidade de efetivamente (trans)formar consciências críticas e de promover competências individuais e de grupo na medida do estímulo à circulação da informação.

Analisando a TV de acesso público dos Estados Unidos, Nelson Hoineff (1996, p. 43) mostra que o lema "quinhentos canais e nada para ver" é originário deste sistema onde "a tecnologia de distribuição por cabo físico, através de fibra ótica, tornava possível que os sistemas fossem capazes de trafegar até quinhentos possíveis canais, com opções para diversas formas de interatividade". Essa variedade de canais disponíveis não necessariamente levou à melhoria de qualidade na programação, nem mesmo à diversificação do acesso, no sentido da inclusão de atores que anteriormente não tinham condições de produzir e veicular seus conteúdos. É bem verdade que um maior número de produtores independentes encontrou mais espaços para escoar seus produtos e viabilizar seus projetos, mas dentro da mesma lógica de mercado que orientava a televisão massiva.

Esse cenário lembra bastante o das grades de programação das rádios comunitárias, em geral com faixas de 30 minutos a uma hora de duração, que ampliam consideravelmente o espaço aberto a interessados em colocar seus projetos no ar. A qualidade da programação de um modo geral e dos programas em particular - que não se restringe apenas ao fatiamento de espaços a serem ocupados na grade de programação - é um aspecto determinante, diretamente relacionado à qualidade das próprias articulações de pessoas, grupos e organizações interessadas na veiculação de seus conteúdos. Portanto, para além da pluralidade - que envolve a inclusão de setores anteriormente destituídos de possibilidades ou condições de acessar ou veicular seus conteúdos, ou mesmo de entender a dinâmica do processo comunicacional -, um



aspecto significativo do processo comunicacional que se busca reivindicar é a qualificação da participação.

De uma certa forma, a definição de conteúdos capazes de expressar a qualidade de uma organização plural e participativa reflete não somente as temáticas de interesse da organização, mas também seu próprio relacionamento interno e com outras organizações de um modo geral. O incentivo à horizontalidade, que visa a eliminação de níveis hierárquicos, de concentração de poder ou mesmo de conhecimento é um componente importante da comunicação que se busca exercer, pela própria observância da concentração e do controle, frequentemente combatidos no campo midiático, bem como em outros setores.

Uma participação plural que não seja acompanhada de equidade no desenvolvimento proporcional e equivalente de competências, acaba sustentando idéias e ideologias que não são capazes de transformar a sociedade de um modo geral. A mobilização em prol da democratização da comunicação no Brasil vem demonstrando, portanto, que há muitos espaços a se conquistar por parte dos movimentos sociais, no tocante ao envolvimento pleno e não hierárquico das pessoas e organizações. Para Holloway (2003, p. 50) "a existência do poder-fazer como poder-sobre significa que a imensa maioria dos fazedores são convertidos em objetos do fazer" e esse não é privilégio somente das relações capitalistas, mas também algo que os movimentos sociais necessitam enfrentar e superar.

O nivelamento de informações e de capacidades de atuação também faz parte do envolvimento efetivo das pessoas. Apesar da comunicação ser uma atividade de assimilação aparentemente simples e acessível, o entendimento de seu funcionamento no âmbito estatal e de mercado é bastante complexo. A diversidade de participações nesse cenário pode ser de grande ganho, se compreendida a capacidade de sustentação de bandeiras de luta a se reivindicar e de novas e diferentes experiências a serem implementadas, dada a plena consciência do papel dos atores sociais nesse contexto.

A promoção do encontro dessas diversas forças para o entendimento de uma comunicação que se pretenda democrática tem como propósito o desenho de características capazes de assimilar a informação que circula, a partir dos mais variados atores, cuja participação seja incentivada e horizontalizada, na medida da disposição de seus integrantes e do que se torna possível na dinâmica dos movimentos, de suas articulações e iniciativas.

A dialogicidade se contempla, portanto, pela promoção do conhecimento a partir da informação compartilhada, a que todos têm acesso. Dessa forma se resgata a



comunicação na essência e sua prática necessita ser não só reivindicada, como afirmada na identidade de suas próprias ações. Dessa matéria, ou seja, de participação, pluralidade, horizontalidade, interação e dialogicidade, se constitui a comunicação que se pretende, por direito, democrática.

Apropriação social das TICs

Os mais diversos processos de assimilação das TICs por parte de pessoas, grupos e organizações são freqüentemente tidos como incorporação de um conhecimento já consolidado. A apropriação das TICs no âmbito social proporciona um diferencial de qualidade nesse processo, agregando experiências das mais diversas e proporcionando uma formação de bases mais sólidas, voltadas para a afirmação da comunicação democrática.

Uma primeira característica da apropriação social das TICs é que, sendo uma atividade de grupo ou mesmo coletiva, sua proposta não está relacionada a da propriedade, ou ainda, à idéia de se apropriar das TICs em benefício próprio, para levar vantagem ou se diferenciar do restante do coletivo, tornando-se especial ou mais capaz. Este entendimento do processo de aprendizagem, bem como do próprio acesso ao conhecimento necessário para um melhor aproveitamento das tecnologias disponibilizadas, vai no sentido contrário à própria idéia de um trabalho não alienado e colaborativo que, nos dizeres de Holloway (2003, p. 48), exprime nossa capacidade de fazer como um entrelaçamento de nossa atividade com a atividade anterior ou atual de outros, ou ainda, como resultado do fazer dos outros.

Se a apropriação referida não tem relação com a propriedade de um conhecimento transmitido para benefício próprio, não se trata, portanto, de promover a assim chamada inclusão digital, termo que ganhou popularidade entre as organizações que desenvolvem projetos afins. Incluir é pressupor algo que se tem e se pretende passar para alguém. Apropriar-se, além de reconhecer co-participação, implica em conscientização a respeito das possibilidades e necessidades de uso. Trata-se, portanto, muito mais do que uma mudança de bandeira ou de foco, mas da afirmação de valores democratizantes num processo comunicacional na relação de indivíduos com as tecnologias, através da utilização de recursos e serviços, bem como de indivíduos e grupos entre si.

Tal iniciativa tem origem nas próprias experiências de comunicação popular dos anos 70 e 80, e também na comunicação comunitária dos anos 90 do século passado, responsáveis por originar diversos grupos que proporcionaram olhares sobre um Brasil



que se rearticulava e se repensava na descoberta do uso dos meios e no desenvolvimento de histórias de sua própria gente, cujos enredos não tinham espaço para exibição na mídia corporativa, revelando o que para Barbero representa "o mundo da cotidianidade, da subjetividade, da sexualidade (...) o mundo das práticas culturais do povo: narrativas, religiosas ou de conhecimento" (1997, p. 244), manifestado em torno de iniciativas que, ao longo desse tempo, giravam em torno da Associação Brasileira de Vídeo Popular (ABVP) e das primeiras associações municipais de rádio livre ou comunitária, em especial no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Outro aspecto relevante da apropriação social é vital para esclarecer esse contexto: a efetiva apropriação social dos meios, veículos e produtos de comunicação comunitária é inversamente proporcional à capacidade de serem desenvolvidas novas concentrações no âmbito da sociedade civil. Para Holloway (2003, p. 307), que conduz sua obra como denúncia de uma prática equivocada ou mesmo oportunista por parte das forças de esquerda (no sentido de perpetuar ou ter acesso ao poder tal como ele se configura) ao longo da história, a luta a ser travada não é “para fazer nossa a propriedade dos meios de produção, mas para dissolver tanto a propriedade como os meios de produção: recuperar ou, melhor ainda, criar a sociabilidade consciente e segura do fluxo social do fazer”.

Para além do conhecimento produzido, sedimentado e que necessita também ser compartilhado, outros campos do conhecimento relacionados às TICs podem ser tomados como possíveis desdobramentos, contemplando atores dos mais diversos: o recente processo de digitalização de rádio e TV no Brasil, visando a garantia de acesso e controle democráticos; a adoção do software livre em larga escala, como garantia de socialização do conhecimento e o desenvolvimento de experiências em telecentros e pontos públicos de acesso, em conexão com rádios e canais comunitários de TV a Cabo.

Apropriar-se socialmente das possibilidades de uso das TICs representa também, portanto, assumir outras dimensões que não apenas aquelas relacionadas à assimilação de funções e aplicações de programas de computador, a saber: a disponibilidade de infra-estrutura (hardware, software e serviços de energia e telecom); a capacitação para utilização de recursos (formação de monitores/facilitadores e pessoas das comunidades em geral); e as soluções a partir do aproveitamento de recursos (produção de conteúdos próprios e utilização de conteúdos já existentes e disponíveis).



Quanto mais pessoas e grupos sejam capazes de desenvolver metodologias de uso de meios de comunicação diferenciadas e criativas, maior a contribuição da apropriação social das TICs no âmbito das comunidades, incorporando aspectos relacionados à linguagem desses meios, como também o conhecimento técnico para sua implementação. Dessa forma, colocar idéias positivas em evidência, favorecendo propostas minimamente consensuadas entre organizações da sociedade civil, será não só mais necessário dentro desse novo cenário como conseqüência natural de uma bem vinda transformação.

BIBLIOGRAFIA

BASES de um programa para a democratização da Comunicação no Brasil. 1994. Disponível em: http://www.fndc.org.br/doc_historico/data/programa.doc. Acesso em: 13/12/2004.

DECLARAÇÃO: Outra Comunicação é Possível. **Informativo Eletrônico SETE PONTOS** n° 16, jul. 2004. Disponível em: <http://www.comunicacao.pro.br/setepontos/16/declaracion.htm>. Acesso em: 03/01/2005.

DECLARAÇÃO Universal dos Direitos Humanos. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/deconu/textos/integra.htm>. Acesso em: 10/10/2004.

HOLLOWAY, John. **Mudar o mundo sem mudar o poder.** São Paulo, Viramundo, 2003.

HOINEFF, Nelson. **A nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

LA CARTA de CRIS. Disponível em: <http://www.crisinfo.org/content/view/full/97/>. Acesso em: 04/01/2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

McIVER, Jr., William J.; BIRDSALL, William F. e RASMUSSEN, Merrilee. **The Internet and the right to communicate.** Publicado em 15/11/2004. Disponível em: <http://www.wacc.org.uk/modules.php?name=News&file=article&sid=1723>. Acesso em: 024/01/2005.

PRIMER Forum Mundial de la Información y la Comunicación. Disponível em: <http://www.crisinfo.org/content/view/full/591/>. Acesso em: 03/01/2005.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação.** São Paulo, Ática, 1987.

RAMOS, Murilo César. **Às Margens da Estrada do Futuro:** comunicações, políticas e tecnologia. Brasília, EDUnB, 2000. Livro eletrônico Disponível em: <http://www.unb.br/fac/publicacoes/murilo/> Acesso em: 12/12/2004.

SANTORO, Luiz Fernando. **Democracia na nova era da informação.** Paper apresentado na XXVI Conferência anual do Instituto Internacional de Comunicações, em Osaka, Japão, set. 1995. (mimeo.)