



Hibridações em rede: novas produções de sentidos na América Latina¹

Iano Flávio Maia²

Luciane Fassarella Agnez³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Este trabalho traz uma breve análise acerca dos novos mecanismos de compartilhamento de sentido no contexto da América Latina, num cenário globalizado pelas técnicas e tecnologias de comunicação. Com a flexibilização dos meios de produção de conteúdos, a interatividade e a linguagem multimídia, os intercâmbios culturais e sociais, além dos políticos e econômicos, provocam novos processos de hibridação capazes de romper em definitivo com limitações espaço-temporais, fomentando novas discussões em torno de velhos conceitos como globalização, territorialização e imperialismo hegemônico.

PALAVRAS-CHAVE: globalização; mediação; hibridação; internet.

INTRODUÇÃO

Torna-se difícil observar os fenômenos contemporâneos na América Latina sem antes entender como a particular modernidade do nosso continente se forma e evolui, após tantos intercâmbios culturais, sociais e econômicos, mas ainda mantendo apelos tradicionais muito fortes. Paralelo a isso, a contemporaneidade acentuou ainda mais os processos de hibridação por meio das novas tecnologias da comunicação, sobretudo as plataformas digitais, com a formação de redes sociais, ferramentas de interatividade, uma nova linguagem multimídia e a criação de canais colaborativos.

Pretendemos discutir alguns elementos sobre as transformações no processo de mediação dentro da nova ordem mundial da comunicação que transcende territórios e nações. A mediação dos sentidos e das trocas e a protagonização dos espaços públicos, que vinham sendo exercidas quase que exclusivamente pelas indústrias midiáticas, podem enfim ser reconfiguradas por mecanismos, ainda em evolução, de flexibilização das fontes de emissão e de construção coletiva de significados, como as redes

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Mestrando do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, UFRN, email: ianoflavio@gmail.com

³ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, UFRN, email: luagnez@gmail.com



colaborativas, o jornalismo cidadão e mobilizações da sociedade civil por meio de novas tecnologias.

SENTIDOS AO REDOR DO GLOBO

Um dos aspectos mais destacados da comunicação no mundo moderno é que ela acontece numa escala cada vez mais global. Mensagens são transmitidas através de grandes distâncias com facilidade, de maneira que cada um tem acesso a múltiplas fontes de informação. Espaço e tempo foram suprimidos pela proliferação de redes de comunicação eletrônica e indivíduos podem interagir uns com os outros, mesmo que estejam em diferentes partes do mundo.

Com o desenvolvimento da imprensa, no século XV, livros, panfletos e impressos variados já circulavam bem além de seus locais de impressão, estimulando o desenvolvimento das relações comerciais entre a Europa e outras partes do mundo. Mas como ressalta Thompson,

foi somente no século XIX, porém, que as redes de comunicação foram organizadas sistematicamente em escala global. [...] Isso se deveu em parte ao desenvolvimento de novas tecnologias destinadas a dissociar a comunicação do transporte físico das mensagens (Thompson, 1998, p. 137).

O desenvolvimento desses novos meios (telégrafo, telefone, rádio, televisão, e mais recentemente celular e internet) expandiu grandemente a capacidade de transmitir informação através de longas distâncias de maneira flexível e instantânea. Indivíduos conectados, em qualquer parte do mundo, movimentos de mobilização, formação de redes sociais e, principalmente, o rompimento com os modos tradicionais de mediação entre sociedade e informação que diversificam os polos de emissão das notícias caracterizam esta nova fase que está em evolução permanente. Neste novo cenário, Canclini aponta para transformações. “As redes virtuais alteram os modos de ver e ler, as formas de reunir-se, falar e escrever, de amar e saber-se amado à distância, ou, talvez imaginá-lo” (Canclini, 2008, p. 54). As mudanças são profundas e rápidas, a partir de uma nova economia transnacional e influenciando no modo de vida da sociedade. O desenvolvimento da tecnologia permitiu a digitalização de todas as formas de comunicação como voz e dados, levando à convergência de sons, informações e imagem, originando a multimídia e a maior conectividade entre as pessoas, empresas e nações.



Para traçarmos breves paralelos, no século XVI se temia os possíveis efeitos prejudiciais das peças de teatro sobre o público em geral. Nas últimas décadas, muito tem se questionado sobre os impactos da televisão e da internet sobre o comportamento social, especialmente dos jovens ou das instituições tradicionais (como a família e a escola), como lembra Thompson (1998). A grande diferença, no entanto, especialmente nas duas últimas décadas, com o crescimento da internet e das telecomunicações, está no fato de que a tensão entre o micro e o macro está cada vez mais presente na sociedade, por meio da comunicação em rede sem fronteiras, que leva espaços individuais ao chamado espaço-mundo, com diferentes produtores de informação e conteúdo, sendo cada indivíduo um emissor em potencial. “As grandes redes de informação e comunicação, com seus fluxos ‘invisíveis’, ‘imateriais’, formam ‘territórios abstratos’, que escapam às antigas territorialidades” (Mattelart e Mattelart, 2006, p. 168).

Martin-Barbero aposta em lógica semelhante e acredita que é preciso mudar o modo como se observa o espaço em contextos de globalização. Para ele, o sentido de lugar deve ser observado enquanto fragmentação, deslocalização promovidas pela globalização e ao mesmo tempo pela realocação, revalorização do local como forma de resistência e complementação da globalização. Sendo assim, a globalização comunicacional não seria um mero processo de homogeneização. “O processo de globalização que agora vivemos, no entanto, é ao mesmo tempo um movimento de potencialização da diferença e de exposição constante de cada cultura à outras, de minha identidade àquela do outro” (Martin-Barbero, 2004, p. 60).

A internacionalização não é mais o que era na época em que os conceitos de dependência e imperialismo cultural ainda permitiam entender o desequilíbrio do fluxo mundial de informação, pois novos atores aparecem nesse mundo sem fronteiras. Isso não significa, contudo, que as diferenças deixaram de existir, mas a hierarquia se altera nesse novo status da “comunicação-mundo”. Mattelart e Mattelart concluem que “a lógica pesada das redes imprime sua dinâmica integradora, ao mesmo tempo em que produz novas segregações, novas exclusões, novas disparidades” (Mattelart e Mattelart, 2006, p. 170).

São esses os desafios com que populações do mundo inteiro têm que aprender a enfrentar. Canclini afirma, justamente, que a maioria das pessoas não foi treinada para



as potencialidades e riscos do mundo digital, para que as brechas no acesso não agravem as diferenças. Mas o autor enfatiza que

A organização em redes possibilita exercer a cidadania para além do que a modernidade esclarecida e audiovisual fomentou para os eleitores, os leitores e os espectadores. Diariamente estão sendo difundidas informações eletrônicas alternativas que transcendem os territórios nacionais e são desmentidos em milhares de webs, blogs e e-mails os argumentos falsos com que os governantes “justificam” as guerras, a tal ponto que as emissoras de rádio e televisão, que repetiam a falsidade, às vezes se vêem obrigadas a reconhecer o embuste (Canclini, 2008, p. 30).

Do ponto de vista da circulação de sentidos, cabe observar que antes dos meios de comunicação, os signos (palavras, imagens) eram estáticos e circulavam com dificuldade, mas os suportes dessas interações, como relata Santaella (2007), expandiram em meios técnicos e tecnológicos. Em suma, desde os primeiros jornais, as ferramentas comunicacionais fazem circular a linguagem, ganhando em escala com o adventos dos meios eletrônicos e agora, com a rede de computadores e a multimídia, esses tipos de linguagens se tornam mais diversos e hibridizados. A interação do indivíduo com o outro e com o mundo ficou mais complexa, dinâmica, e a mediação dos signos e informações continuam utilizando o suporte técnico, mas deixam de ser uma exclusividade dos profissionais que atuam nos meios de comunicação.

A IMPOSSÍVEL PUREZA DA MÍDIA

Santaella também considera que não há qualificação melhor que “híbridas” para designar as misturas entre as mídias que assistimos na atualidade, chamadas comumente de “multimídia”, e para as misturas entre sistemas de signos diversos e linguagens distintas, configuradas em estruturas hipertextuais. A autora ainda acrescenta que o termo, cada vez mais, tem dividido espaço com a designação “cíbrido”, batizado por Peter Anders para destacar a capacidade que as novas tecnologias possibilitam para habitar dois mundos simultaneamente.

Assim, reservo o atributo “híbrido” para a atual coexistência, convivência e sincronização das culturas oral, escrita, impressa, massiva, midiática e ciber que se misturam todas elas na constituição de um tecido cultural polimorfo e intrincado. [...] Quanto ao atributo “cíbrido”, como o próprio nome diz, limita-se às misturas que se processam no interior da cibercultura, ou seja, do universo digital (Santaella, 2007, p. 133).



Como primeira definição, os processos de hibridação podem ser entendidos como “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (Canclini, 2003, p. XIX). O autor defende a adoção de “hibridação” para abrigar conceitos específicos como *mestiçagem*, *sincretismo* ou *fusão* – termos que fazem referência a processos tradicionais relacionados às mesclas entre raças ou entre símbolos e práticas religiosas, ou de elementos culturais como a música. Hibridação, para ele, designa misturas propriamente modernas. “A palavra hibridação aparece mais dúctil para nomear não só as combinações de elementos étnicos ou religiosos, mas também a de produtos das tecnologias avançadas e processos sociais modernos ou pós-modernos” (Canclini, 2003, p. XXIX).

Mas o século XX trouxe uma multiplicação de processos de hibridação que dificultam precisar os limites do termo. A diversidade de processos aponta para o caráter espontâneo das hibridações que podem ocorrer de forma planejada, induzida pelo estado ou pelo poder econômico, ou podem surgir de forma imprevista dos processos migratórios ou de intercâmbios turísticos, econômicos e comunicacionais. Arjun Appadurai (2004) aponta os meios de comunicação, juntamente com as migrações, como decisivos para a construção das subjetividades modernas, ou seja, “os sentimentos de identidade” de cada um, ao colocar imagens e espectadores em circulação global e simultânea. Os meios de comunicação eletrônicos, ao alterar os campos mais vastos dos meios de comunicação tradicionais, transformaram também o campo da mediação de massas ao oferecer novos recursos para a construção de mundos imaginados.

Graças à mera multiplicidade de formas que assume (cinema, televisão, computadores e telefone) e à maneira rápida como se move no seio das rotinas da vida quotidiana, a comunicação eletrônica é uma ferramenta para que cada indivíduo se imagine como um projecto social em curso (Appadurai, 2004, p. 14-15).

Os processos de hibridação estão situados atualmente no processo de globalização e toda a sua polissemia e conflitividade. As cidades modernas são palco de uma diversidade de processos de hibridação que não podem mais ser enquadrados no que chamaríamos de cultura popular. Canclini propõe novos instrumentos conceituais para explorar as novas modalidades de organização da cultura e das hibridações das tradições de classes, etnias e nações. A cidade, para ele, intensificou os processos de



hibridação cultural pelo contato através de redes locais, nacionais e transnacionais que renovam as ofertas simbólicas. Fragmentada a cidade e seus espaços de participação, a “cultura urbana” cede às tecnologias eletrônicas o protagonismo do espaço público. “Como quase tudo na cidade 'acontece' porque a mídia o diz e como parece que ocorre como a mídia quer, acentua-se a mediatização social, o peso das encenações, as ações políticas se constituem enquanto imagens da política” (Canclini, 2003, p. 290).

Tal ampliação da mediação social nos espaços urbanos pode sugerir uma substituição das tradições pela mídia. Para explicar tal fenômeno, um dos processos considerados por Canclini, já citado por Martin-Barbero, é a desterritorialização da cultura, que perde sua relação “natural” com territórios geográficos. Ao lado desse processo ocorre também a realocação parcial e relativa de certas produções simbólicas novas ou velhas. Especificamente no caso da internet, Canclini (2008) coloca que ao “navegar” por diferentes textos e imagens, sem fronteiras entre épocas e níveis educacionais, a “cultura dos que são vizinhos e a dos que estão distantes tornam-se espantosamente acessíveis. 'Familiarizam-se’”. E completa: “[...] a interatividade da internet desterritorializa. Conhecemos a facilidade dos internautas para socializar-se a partir de posições indefinidas, inclusive simuladas, inventando identidades” (Canclini, 2008, p. 52). Os processos de hibridação abarcam fenômenos puramente modernos, sendo fundamental, portanto, compreender as relações entre modernidade, modernização e modernismo, além das formas que assumiram na América Latina.

A MODERNA TRADIÇÃO LATINO-AMERICANA

Na América Latina, os processos de hibridação ocorrem há um longo período. As mestiçagens entre indígenas e europeus, o sincretismo religioso entre católicos e escravos africanos. Mais recentemente, “nos projetos de independência e desenvolvimento nacional, vimos a luta para compatibilizar o modernismo cultural com semimodernização econômica, e ambos com as tradições persistentes” (Canclini, 2003, p. 326). Era claramente um projeto das elites latino-americanas, formadas sob os valores universais europeus e que perseguiram, mesmo nas condições mais adversas, os padrões de desenvolvimento considerados naturais desde alguns séculos. Padrões e valores considerados por Wallerstein como mera “criação social dos estratos dominantes de um sistema-mundo específico” (Wallerstein, 2007, p. 59-60).



Para significar o que é ser moderno, Canclini apresenta os quatro movimentos básicos da modernidade: emancipador, expansionista, renovador e democratizador. “A hipótese mais reiterada na literatura sobre a modernidade latino-americana pode ser resumida assim: tivemos um modernismo exuberante com uma modernização deficiente” (Canclini, 2003, p. 67). A questão que tanto se levanta é se seria possível falar de modernidade cultural e se impulsionar isso, diante de uma modernização socioeconômica desigual, como ocorre na América Latina. O “modernismo”, por aqui, não teria equivalência à modernização socioeconômica, mas seria a forma como as elites trabalham as temporalidades históricas, suas misturas em prol de um projeto global.

Os países latino-americanos são atualmente resultado da sedimentação, justaposição, entrecruzamento de tradições indígenas (sobretudo nas áreas mesoamericana e andina), do hispanismo colonial católico e das ações políticas educativas e comunicacionais modernas. Apesar das tentativas de dar à cultura de elite um perfil moderno, encarcerando o indígena e o colonial em setores populares, uma mestiçagem interclassista gerou formações híbridas em todos os estratos sociais (Canclini, 2003, p. 73-74).

Foram muitas as políticas modernizadoras e “universalizantes” na América Latina. No início do século XX, Argentina, Uruguai e México adotaram estratégias diversas para divulgar os valores modernos, seja através do cinema, do investimento nas artes ou pela reformulação dos conteúdos educacionais (Costa, 2007, p. 119). Alguns fenômenos podem ser apontados para indicar as primeiras mudanças estruturais, entre as décadas de 50 e 70 na maior parte das nações na América Latina: um início de desenvolvimento econômico mais sólido e diversificado; uma consolidação e expansão do crescimento urbano iniciado em 1940; a ampliação do mercado de bens culturais; a chegada de novas tecnologias comunicacionais; e o avanço dos movimentos políticos radicais. Com promessas de um salto qualitativo na modernidade, o discurso da modernização ressurgiu no cenário da comunicação travestido de um discurso neotecnológico – essencial para a sobrevivência econômica e social de todos os países (Martin-Barbero, 1997, p. 252).

Para Canclini, é inegável dizer que já nas décadas de 80 e 90 a América Latina havia se modernizado, como sociedade e como cultura. Alcançamos os traços ou movimentos definidores da modernidade (emancipação, expansão, renovação e democratização), mas o problema se manifesta na maneira contraditória e desigual com que esses componentes vêm-se articulando.



O modernismo simbólico e a modernização socioeconômica já não estão tão divorciados. O problema reside em que a modernização se produziu de um modo diferente do que esperávamos em décadas anteriores. Nessa segunda metade do século, a modernização não foi feita tanto pelos Estados quanto pela iniciativa privada. A “socialização” ou democratização da cultura foi realizada pelas indústrias culturais - em posse quase sempre de empresas privadas - mais que pela boa vontade cultural ou política dos produtores (Canclini, 2003, p. 97).

O autor afirma que não podemos entender que a modernização econômica e cultural na América Latina tenha sido um processo de simples atraso, por mais que se estabeleça usualmente essa relação na comparação com as condições internacionais de desenvolvimento. Entretanto, ainda que não seja fundamental, a modernidade traz a conexão às redes midiáticas e interativas, como a televisão via satélite ou a internet, que amplificam a circulação e renovam a oferta simbólica nos contextos locais. É aí que Martin-Barbero (1997) aponta para um processo de esquizofrenia que se apresenta em diversos níveis. Desde a fascinação e o deslumbramento pelas tecnologias informáticas à presença conflitiva e dinâmica das culturas populares na América Latina.

CIDADANIA NA REDE E EM REDE

Se ocorrem há muito tempo, as hibridações na América Latina ganham novas ferramentas e possibilidades. O acesso à internet e às novas mídias potencializam não só os contatos culturais, mas as experiências coletivas de consumo e produção midiática. Iniciativas públicas e privadas ampliam cada vez mais as formas de acesso à internet, munidos de equipamentos cada vez mais baratos, os usuários passaram a ter acesso a mecanismos de produção e compartilhamento de conteúdos multi-midiáticos que têm o potencial de se contrapor aos tradicionais conglomerados da mídia.

Foi no final do século XVIII que essas empresas de mídia consolidaram seu processo de organização e os jornais passaram a “vender” informação, um novo produto chamado notícia. É quando o jornalismo assume em definitivo o papel de mediação, tornando-se ponte entre o público e o que supostamente seria a realidade da vida cotidiana. Como aponta Traquina (2005), dois processos fundamentais marcaram a história da imprensa enquanto primeira mídia voltada para as massas: a comercialização da informação e a profissionalização, ou seja, a transformação do jornalismo numa atividade remunerada. Somente dois séculos mais tarde que começamos a assistir uma descentralização dessa mediação, com o surgimento do jornalismo cidadão ou



participativo, graças as novas tecnologias que permitem a efetiva interação entre o público a qualquer hora, de qualquer lugar. “A ideia de participação é, justamente, descentralizar a emissão, oportunizando que mais vozes tenham vez no espaço público. Valoriza-se dessa forma uma forte característica da rede, que é a possibilidade de uma oportunidade efetiva” (Fonseca, 2007). A autora explica ainda que o desenvolvimento dessa modalidade encontrou alicerce na vontade do próprio público de se ver na mídia, associada ao interesse das empresas jornalísticas em ampliar o seu raio de cobertura, tendo a possibilidade de estar em todo lugar, com baixo custo. Os papéis de produtor e consumidor de informação estão se tornando cada vez mais híbridos, pois os agentes passam a atuar de maneira dupla no processo.

O jornalismo na internet possibilita uma série de formas de interatividade com a audiência, que antes não era viável para as mídias tradicionais. O próprio acesso às páginas e *hiperlinks* já caracteriza uma relação do leitor com a notícia, cabendo a esse conduzir a sua narrativa. Mas outras formas de interação também são efetivas: por e-mail, comentários em matérias, fórum, *chats*, blogs, sugestões de pautas, correção de informações ou erratas, entre outros. Com todos esses recursos, cada vez mais o cidadão comum, o consumidor de informação procura interagir e interferir diretamente nas notícias que são veiculadas e no modo como os fatos são levados a conhecimento público. Revistas, jornais, rádios ou programas de televisão, mais do que colocar uma página na rede, tentam se apropriar também de outros canais, como comunidades em redes sociais, criação de blogs, presença no Twitter, conteúdos disponíveis para celular, postagem de videoreportagens no YouTube, utilização de salas de bate-papo em seus sites, incentivo à interatividade e envio de material colaborativo por parte do público, entre tantos outros exemplos. Seja O Globo, no Rio de Janeiro, ou o Clarín, em Buenos Aires, os grupos tradicionais de imprensa, desde o início dos anos 2000, passaram a criar espaços convidando o leitor a ser um repórter em potencial.

No entanto, um outro movimento tem se desenvolvido com cada vez mais força, independente da grande mídia. Desde o 11 de setembro, quando várias testemunhas registraram por meio de celulares e câmeras pessoais os atentados terroristas em Nova York, que o chamado jornalismo cidadão tem se destacado, sobretudo pelos meios digitais. O mesmo aconteceu mais recentemente, nos atentados em Mumbai, no final de 2008, nas últimas eleições iranianas ou no golpe de Estado em Honduras, ambos em meados de 2009. As potencialidades da internet, por meio das redes sociais,



comunidades virtuais, blogs, portais *wikis*⁴ ou sites colaborativos, permitem um intercâmbio de informação em volume e agilidade como nunca visto antes. Cada cidadão tem a capacidade de compartilhar conteúdo, de produzir informação a qualquer momento, de qualquer lugar, numa multiplicidade de interações e hibridações. Em países ou regiões onde a liberdade de imprensa é cerceada, a atuação do cidadão na rede tem um impacto social ainda maior.

Apesar de uma penetração de apenas 34% de usuários de internet na população, o Brasil concentra metade de todos os internautas na América do Sul (Internet World Stats) e se destaca no cenário mundial como um dos países onde as pessoas passam mais tempo na internet, um terreno fértil para as redes sociais. Na web, por exemplo, os brasileiros protagonizam uma série de experiências de consumo e produção midiática. Uma das iniciativas mais consolidadas de jornalismo colaborativo brasileiro é o Overmundo (www.overmundo.com.br), desenvolvido pelo Instituto Overmundo, em 2006, com o objetivo de “servir de canal de expressão para a produção cultural do Brasil e de comunidades de brasileiros espalhadas pelo mundo afora tornar-se visível em toda sua diversidade”, como o próprio portal apresenta. O projeto conta com o patrocínio institucionais das esferas pública e privada, como da Petrobras, por meio do Programa Petrobras Cultural e dos mecanismos de incentivo fiscal do Programa Nacional de Apoio à Cultura / Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), do Ministério da Cultura, e registra mais de 30 mil colaboradores cadastrados. A participação é aberta e todo filtro em relação às notícias é realizado pela própria comunidade de colaboradores.

Nenhuma equipe de jornalistas, não importa seu tamanho ou competência, consegue cobrir ou filtrar a quantidade cada vez maior de coisas importantes que acontecem pelo país. Por outro lado, vitoriosos projetos online, como a multiplicação dos blogs e da Wikipedia, sugerem um outro caminho para lidar com esse enorme acúmulo de informação cultural, com cada vez maior descentralização. Seguindo esses exemplos, lançamos o desafio: todo(a) cidadã(o) brasileiro pode aqui contribuir para promover todos os aspectos da nossa produção cultural que lhe interessem (Disponível em: http://www.overmundo.com.br/estaticas/sobre_o_overmundo.php. Acesso em: 18 mar. 2010).

Não estimulada por interesse em comum de divulgação cultural, mas sim por um golpe de Estado, Honduras, país da América Central com pouco mais de 7,8 milhões de

⁴ Ferramenta que permite que documentos sejam editados coletivamente, através da utilização de um navegador *web*.



habitantes, protagonizou um dos mais recentes movimentos colaborativos e de mobilização. No dia 28 de junho de 2009 o Exército, sob ordens dos Poderes Judiciário e Legislativo, depôs o presidente Manuel Zelaya, que foi preso em sua residência e depois expulso do país. A prisão de Zelaya ocorreu cerca de uma hora antes de serem abertas as urnas para uma consulta popular não vinculativa sobre um referendo que pedia ao Congresso a convocação de uma Assembleia Constituinte para o país. No mesmo dia, Roberto Micheletti, do Partido Liberal, foi eleito pelo Congresso Nacional para presidir a nação até as eleições de novembro.

A internet e a telefonia funcionaram de forma intermitente ao longo do dia do golpe. Assim que os militares expulsaram o presidente, a Comissão Nacional de Telecomunicações proibiu as operadoras de TV a cabo de transmitir o sinal de alguns canais internacionais, como a Telesur e a CNN em Español. Um canal de TV do governo e outro que apoia o presidente foram retirados do ar. Várias emissoras de rádio e televisão do país foram fechadas durante o golpe e as poucas que continuaram operando levaram ao ar no dia seguinte apenas canções, telenovelas e programas de culinária, proibidas de noticiar o golpe. A organização Repórteres sem Fronteiras condenou a censura de notícias no País⁵.

Apesar de apenas 8,4% da população de Honduras ter acesso à rede mundial de computadores, de acordo com o levantamento da Internet World Stats, jovens hondurenhos contrários ao golpe criaram na internet o "telegolpe", com o objetivo de divulgar as marchas e protestos que a televisão de seu país, submetida ao controle estatal, não transmitiu. Vídeos e imagens foram produzidos com telefones celulares, como noticiou a agência France Press. O YouTube e o Twitter também foram invadidos de páginas, vídeos e informações sobre as ações que estavam ocorrendo no país.

A iniciativa de divulgar as imagens na internet surgiu de um grupo de estudantes de diferentes cursos das universidades de Tegucigalpa, na capital do país. "Estávamos fartos de ver que pela televisão só transmitem a voz daqueles que apóiam o golpe", disse Adriana Alvarado, estudante de jornalismo. "Estamos divulgando o endereço do site no boca-a-boca e com panfletos, que distribuimos nas manifestações, e, ainda que em Honduras a maioria da população não tenha acesso à internet, estamos fazendo isso para que o mundo veja", declarou (Folha Online, 7 jul. 2009. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u591556.shtml>. Acesso em: 15 ago. 2009).

⁵ G1, 29 jun. 2009. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL1212249-5602-00-MILITARES+GOLPISTAS+CORTAM+SINAL+DE+RADIO+E+TVS+EM+HONDURAS.html>



Aliás, o fenômeno das redes sociais, com seus recordes consecutivos em velocidade de crescimento e volume de acessos, tem surpreendido estudiosos de diversas áreas, seja por meio do jornalismo cidadão, por movimentos políticos (como a já emblemática campanha que elegeu o presidente Barack Obama) ou por mudanças de hábitos, intercâmbios culturais e estruturas sociais. De acordo com estudo realizado pela empresa ComScore, publicado pela revista *The Economist* (Carta Capital, 2010), os sites das grandes redes de relacionamento receberam mais de 800 milhões de visitantes em outubro de 2009 – metade somente pelo Facebook, rede que reúne atualmente mais de 350 milhões de usuários, cerca de 70% deles fora dos Estados Unidos, seu país de origem. Já o Twitter (chamado de “microblog” por permitir que seus usuários troquem mensagens de até 140 caracteres), criado em 2006, desponta entre as redes que registraram crescimento exponencial nos últimos dois anos. Pesquisa recente da Sysomos (2010) mostrou que os EUA ainda concentram 50% dos seus usuários, mas é o Brasil que ocupa a segunda colocação, com quase 9%. Na lista aparecem ainda países como México (1,1%) e o Chile (0,5%).

Apesar do baixo índice de penetração da internet como o demonstrado na população hondurenha, esse cenário representa para o país um aumento de mais de 1500% no período de 2000 a 2009, similar ao que aconteceu com outras nações latino-americanas. Se a América do Norte ainda concentra o maior volume de acessos, com 74% da população conectada à web, as demais regiões do continente crescem mais. Podemos observar saltos de 2000% (El Salvador, Panamá, Colômbia), 3000% (Guatemala), 4300% (Paraguai) e até 6700% em menos de uma década, como é o caso da Guiana (Internet World Stats, 2010).

O desenvolvimento das telecomunicações trouxe ainda um outro promissor aliado para os países pobres ou em desenvolvimento: o celular. “Os celulares são tão valiosos para as pessoas no mundo pobre por proporcionarem acesso às telecomunicações pela primeira vez, no lugar de ser apenas um substituto portátil dos telefones de linha fixa existentes, como no mundo rico” (Carta Capital, 2009, p. 46). A mesma reportagem, com conteúdo também da *The Economist*, mostra que em 2000 os países em desenvolvimento respondiam por um quarto das linhas móveis do mundo, participação essa que cresceu para três quartos em 2009.

Podemos citar o exemplo da Argentina, onde, já há alguns anos, a média de celulares supera mais de uma linha por habitante. Lá, o aparelho trouxe benefícios



sócio-econômicos, mas também reflexos políticos. Em 2008, durante o conflito do governo de Cristina Kirchner com os ruralistas do País, os famosos “panelaços” pelas ruas da Argentina contaram pela primeira vez com o envio de SMS como uma das ferramentas de mobilização. Mensagens de texto, como esta a seguir, chegaram a centenas de pessoas: “Miércoles 20h. Cacerolazo em todo el país. A favor del pueblo, em contra de la corrupción kirchnerista. Pasalo – Argentina te necesita”⁶. Viu-se não só o contato com as pessoas, mas o incentivo à propagação das mensagens. Sem ficar atrás, o Movimento Peronista lançou no ano passado o PJ Digital (www.pjdigital.org) voltado para a “militância online”, com acesso otimizado para celulares, estimulando o acesso e debate sobre políticas públicas relacionadas às novas tecnologias da comunicação, interligando pessoas no país e em toda a América Latina.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De um modo geral, observamos que até a criação da televisão, a lógica da comunicação massiva não se alterava, em que o poder de difusão permanecia nas mãos de quem trabalhava nos grandes meios. Com a internet e a difusão das telecomunicações, surge uma diferença significativa: o antigo receptor passa a ter à disposição uma série de ferramentas que permitem o maior intercâmbio, trocas de sentidos, produção de conteúdos. Na visão de Muniz Sodré (2009), tal perspectiva encontra eco na corrente ideológica do neoliberalismo, que, com o intuito de disfarçar as desigualdades sociais, utiliza-se da circulação acelerada e pretensamente “democrática” de objetos de consumo, entre eles a informação.

Por outro lado, a multimídia, com suas narrativas não-lineares, crescente interatividade e formação de novos tipos de público, fornece indicações de uma “outra forma de pensar” o fazer jornalístico e o acesso e produção de informação. No meio cibernético não basta escrever bem ou ter uma boa apuração, pois o que importa é a capacidade do produtor estabelecer “comunidades discursivas”, fortalecidas pelos interesses dos leitores ou consumidores das informações (Sodré, 2009, p. 108). O autor chega a falar em uma redistribuição do poder comunicativo pelas tecnologias digitais e de uma alternativa à real liberdade de expressão, o que deve ser levado com cautela. A mídia digital oferece sim menos chances de censura, se comparado ao jornalismo das

⁶ La Nacion, 26 mar. 2008. Disponível em: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=998843. Acesso em: 18 mar. 2010.



grandes corporações, sendo determinante inclusive em regiões de baixo nível democrático. Contudo, ressalta, as vantagens técnicas não podem se limitar à euforia do momento, da novidade, e é necessário aguardar mais tempo e observar como o meio social e o mercado irão se comportar diante disso.

Canclini (2003) aponta a necessidade de se democratizar não somente o acesso aos bens culturais, mas a capacidade de hibridá-los. Para ele, é preciso reconhecer uma cidadania múltipla em um mundo globalizado. Para isso, dois movimentos políticos são necessários: reivindicar a heterogeneidade contra a homogeneização do capital e disputar a economia – incluídas as finanças e a produção de bens e mensagens – como espaço de disputa política e diferença cultural. Só assim a globalização será a abertura de mercados e repertórios simbólicos com fortes intercâmbios e hibridações, e não o globalismo homogeneizador.

Após décadas de uma indústria cultural massificada, com a grande mídia assumindo o papel de protagonista do espaço público, a difusão das tecnologias digitais parece sinalizar uma nova conjuntura da ordem mundial, com uma flexibilização do monopólio e maior acesso aos meios de produção de conteúdo. Especialmente na América Latina, brechas em relação ao acesso e ao analfabetismo digital se apresentam como desafios maiores, mas não intransponíveis, como nos exemplos citados. A desterritorialização e a realocação de sentidos, independente de tempo e espaço, são características penetrantes dessa sociedade em rede e seu potencial ainda é fruto de muita análise, acompanhamento de sua evolução e prováveis re-significações após tantos processos de hibridações de culturas, linguagens, cenários e intercâmbios.

REFERÊNCIAS

APPADURAI, Arjun. **Dimensões culturais da globalização**. Lisboa: Teorema, 2004.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**. Estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. Ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

_____. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

COSTA, Sebastião G. Albano da. Narrativas de convergência na América Latina – Literatura, Comunicação e Estudos Culturais. In: **Comunicação e Espaço Público**. Brasília: Universidade de Brasília. Ano X, n.º 1 e 2, 2007.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. **Jornalismo participativo na internet**. Repensando algumas questões técnicas e teóricas. In: XVI Encontro da Associação Nacional dos Programas



de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Grupo de trabalho Estudos de Jornalismo. Curitiba, 2007.

INTERNET WORLD STATS. **Internet Usage Statistics for the Americas**. Disponível em: <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>. Acesso em: 18 mar. 2010.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. Trad. Sérgio Alcides e Ronald Polito Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

_____. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Dênis. **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização cultural e poder. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. 9. ed. São Paulo: Loyola, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SÊDA, Ed (trad.). Maravilhas móveis. Conteúdo de The Economist. **Carta Capital**, São Paulo, Ano XV, n° 566, 7 out. 2009, p. 43-61.

_____. Um mundo de conexões. Conteúdo de The Economist. **Carta Capital**, São Paulo, Ano XV, n° 583, 17 fev. 2010, p. 25-39.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SYSOMOS. **Exploring the Use of Twitter Around the World**. Disponível em: <http://www.sysomos.com/insidetwitter/geography>. Acesso em: 18 mar. 2010.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as mídias são como são**. v 1. Florianópolis: Insular, 2004.

WALLERSTEIN, Immanuel. **O universalismo europeu**. A retórica do poder. Trad. Beatriz Medina São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.