

Δ Este texto consiste numa versão re-elaborada do ensaio "Sociedade da informação no Brasil: desafio de tornar a internet de todos para todos" (2002a), que articula algumas das idéias desenvolvidas nos artigos "Webjornalismo: do hipertexto e da interatividade ao cidadão jornalista" (2003) e "Direito à comunicação comunitária: participação popular e cidadania" (2004), da autora.

Cicilia M. Krohling Peruzzo*

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Presidente da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (gestão 1999–2002).

Internet e Democracia Comunicacional:

entre os entraves, utopias e o direito à comunicação^Δ.

NABSTRACTRESUMORESUMENABSTRACR

resumo	<p>Este texto tece discussões sobre a democratização da comunicação que a internet proporciona ao alterar o sistema convencional de produção e circulação de informações. Objetiva-se discutir a potencialidade da mesma em tornar as pessoas não apenas receptoras, mas produtoras e difusoras de mensagens. O ensaio se fundamenta em pesquisa bibliográfica. Conclui-se que a democratização da comunicação mediada por computador cria uma figura diferenciada no processo comunicacional na medida em que todo cidadão pode se tornar um “jornalista”. No entanto, o desafio está na universalização do acesso à Internet, na preparação para o uso competente de suas ferramentas e na própria da cidadania em suas dimensões civil, política e social, pois não se pode dissociar a questão do acesso das redes digitais das questões mais amplas no que se refere à democratização econômica e política.</p> <p>Palavras-chave: internet, democratização, comunicação, cidadania.</p>
resumen	<p>Este texto propone discusiones acerca de la democratización de la comunicación que la Internet proporciona al cambiar el sistema convencional de producción y circulación de informaciones. Objetiva-se discutir la potencialidad de la misma en tornar las personas no solamente receptoras, pero productoras y difusoras de mensajes. El ensayo está basado en pesquisa bibliográfica. Se concluye que la democratización de la comunicación mediada por computador crea una figura diferente en el proceso comunicacional en la medida en que todo ciudadano puede tornarse un “periodista”. Todavía, el desafío está en la universalización del acceso a la Internet, en la preparación para el uso competente de sus herramientas y en la propia de la ciudadanía en sus dimensiones civil, política y social, pues no se puede separar la cuestión del acceso de las redes digitales de las cuestiones mas amplias no que se refiere a la democratización económica y política.</p> <p>Palabras-clave: Internet, democratización, comunicación, ciudadanía.</p>
abstract	<p>This text presents an argumentation on the democratization of communication promoted by the Internet in changing the conventional process of production and circulation of information. Our main goal is to discuss it's potentiality in turning people not only receptors but producers and diffusers of messages. The text is based on bibliographical research. We conclude that the democratization of communication mediated by computers creates a different figure in the communicational process because every citizen can become a “journalist”. However, the challenge remains in the universalization of internet access in preparing people to a competent use of it's tools and in the citizenship in it's civil, political and social dimensions, because it's impossible to separate the question of the wider digital nets's access and the political and economical democratization.</p> <p>Keywords: internet, democratization, communication, citizenship.</p>

*

Autora de artigos publicados em revistas nacionais e estrangeiras e do livro “Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania”, publicado pela Editora Vozes. Organizou também várias coletâneas, entre elas, “Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina”. Coordena o GT Médios Comunitários y Ciudadania, de la Asociación Latinoamericana de Comunicación (ALAIIC). E-mail: kperuzzo@uol.com.br

Introdução

A Internet e as alterações que ela ajuda a proporcionar em várias dimensões da atividade humana têm despertado grande interesse no meio acadêmico. Discute-se muito hoje em dia sobre os entraves ao acesso à mesma, principalmente aqueles relativos à exclusão das maiorias populacionais ao redor do mundo. Este texto tece breves discussões sobre a democratização da Internet e seu potencial de alterar o sistema convencional de produção e circulação de informações, atividade até recentemente concentrada, por excelência, nos detentores da mídia tradicional.

Tendo por base a pesquisa bibliográfica, objetiva-se traçar um breve panorama sobre o acesso da população brasileira à Internet e discutir a potencialidade da mesma em tornar as pessoas não apenas receptoras, mas produtoras e difusoras de mensagens. O que, aliás, potencializa o desaparecimento da figura do *gatekeeper* e possibilita a que qualquer cidadão possa exercer atividades antes reservadas a jornalistas profissionais.

Da potencialidade de uma comunicação sem limites aos entraves de acesso

Algumas grandes descobertas que vieram facilitar os processos de comunicação entre as pessoas e entre os povos deixaram suas marcas profundas na história da humanidade. É o caso do surgimento da escrita, a invenção da imprensa de massa, do rádio e da televisão. Na última década do século XX, uma nova grande mudança chega com as redes cibernéticas que vêm revolucionar todo o *status quo* conhecido até então, da economia às comunicações, passando a configurar uma realidade que passou a ser denominada de sociedade da informação, sociedade da comunicação ou de era da informação.

Como diz André Lemos (2002, p.35–36), a comunicação de massa publiciza fatos a partir de centros editores, fazendo com que a indústria cultural opere por fluxo de comunicação “um para todos”, garantindo o poder sobre a emissão. Já as tecnologias digitais geram processos de comunicação que conectam usuários, gerando um fluxo bidirecional da informação num modelo “todos - todos”.

A Internet possibilita a circulação de mensagens independente de territórios geográficos, de tempo, das diferenças culturais e de interesses, sejam eles econômicos, culturais ou políticos, globais, nacionais ou locais. Traz a possibilidade de alterar o sistema convencional de tratamento da informação, antes atividade por excelência concentrada nos agentes profissionais vinculados à mídia tradicional, ao viabilizar a produção de conteúdos endógenos e sua transmissão, sem fronteiras, pelos próprios agentes sociais. Qualquer pessoa pode

1
A população mundial é de 6 bilhões e 300 milhões de habitantes.

2
Dados de setembro de 2002.

3
Computadores conectados permanentemente à Internet.

4
Os cálculos são sempre estimados e variam bastante de uma fonte para a outra. Aqui nos baseamos nos números do Comitê Gestor da Internet no Brasil e se referem a 2004. O "Mapa da Exclusão Digital", da Fundação Getúlio Vargas, por exemplo, mostra que "em 2001, [apenas] 12,46% da população brasileira dispunha de acesso em seus lares a computador e 8,31% à Internet" (MAPA...2003).

processar e difundir conteúdos, bem como criar uma estação de rádio ou um jornalzinho *online*, por exemplo.

Por outro lado, essa ruptura não representa a eliminação ou a superação dos meios de comunicação de massa tradicionais, como atesta a televisão, que continua sendo um meio de grande importância e potencial de influência. Nem elimina a importância dos meios de comunicação comunitários presenciais e locais, tais como o teatro popular, o boletim informativo e a rádio comunitária. O que há de novo é a convergência das mídias e a quebra da barreira de uma comunicação de um pólo emissor a muitos emissores. Convergência significa a fusão de diferentes mídias entre si ou delas com serviços como televisão, rádio, Internet, cinema, música, livros, publicidade, venda de produtos e serviços *online* etc.

É inegável a revolução nas possibilidades de comunicação que o espaço cibernético proporciona em relação ao sistema analógico, o que será detalhado mais adiante. Sua entrada em cena representa um marco divisor nos modos de comunicar, provoca alterações nas culturas, no trabalho, na economia, nos serviços, na participação social, no acesso à informação etc., e tudo isso, em nível universal.

Na verdade, a Internet tem muito mais "características de um ambiente de comunicação do que propriamente um meio. As listas de discussão, os fóruns on-line, as 'salas' de bate-papo e o correio eletrônico são ferramentas de comunicação de fato interativas, baseadas em estruturas não verticais em que os pólos de emissão e recepção têm flexibilidade suficiente para se alternarem de modo semelhante à conversação oral" (CUNHA FILHO, 1999, p.49). Contudo, apesar do crescimento da Internet ser rápido, na realidade o grande problema está no acesso aos serviços de informação e comunicação proporcionados pelas redes cibernéticas. O acesso é desigual, gerando novas categorias sociais, como as dos conectados e não conectados, dos incluídos e dos excluídos do acesso às redes digitais.

No mundo, segundo dados da NUA Limited, existem 605,60 milhões de usuários¹ da Internet, dos quais 190,91 milhões estão na Europa; 187,24 milhões na Ásia e Pacífico; 182,67 milhões nos Estados Unidos e Canadá; 33,35 milhões na América Latina; 5,12 milhões no Oriente Médio e 6,31 milhões na África. Como se pode observar, os países pobres estão em desvantagem também com relação ao acesso à rede mundial de computadores² (HOW MANY, 2004, p.1)

Em número de *hosts*³, em 2004, o Brasil ocupa o 8º lugar no *ranking* mundial (3.163.349 *hosts*), em grande contraste com o 1º colocado, os Estados Unidos, com 162.195.368 *hosts*. Em seguida vem o Japão (12.962.065 *hosts*), a Itália (5.469.578), o Reino Unido (3.715.752 *hosts*), a Alemanha (3.421.455 *hosts*), a Holanda (3.419.182), o Canadá (3.210.081 *hosts*), a Austrália (2.847.763), Taiwan (2.777.085), a França (2.770.836), e a Suécia, em 12º lugar, com 1.694.601 *hosts*. Na América do Sul, o Brasil desfruta a 1ª posição com 3.163.349 *hosts*, seguido

5

Fonte: www.cg.org.br/faq/informacoes-02.htm

6

Os resultados de 2004 não são comparáveis aos do RDH 2003 devido a mudanças no cálculo de um dos indicadores que formam o Índice de Desenvolvimento Humano. No relatório de 2003 o Brasil aparecia na 65ª posição (Brasil..., 2004).

7

Em 1999 os percentuais eram de 56,18% e 15,03%, respectivamente.

8

No seu sentido original, utopia refere-se a algo (como uma cidade) que não se estabeleceu em nenhum lugar. Seria uma construção mental, desproporcional ao que existe na realidade. Ver Mannheim (1958, 267).

da Argentina (742.358 *hosts*), do Chile (202.429 *hosts*), da Colômbia (115.158 *hosts*), do Uruguai (87.630 *hosts*), do Peru (65.868), Venezuela (35.301), Paraguai (9.243), da Bolívia (7.080) e do Equador (3.188) (INDICADORES 2004, p.1-3). No Brasil, pelos dados do Comitê Gestor da Internet, estima-se que o número de usuários⁴ em janeiro de 2004 seja de 31.633.490 (31,6 milhões), o que representa 17,5% da população⁵.

O acesso à Internet tem como base as condições econômicas e políticas dos países. O acesso é desigual e beneficia as classes ricas e médias na proporção da desigualdade econômica existente dentro dos países e entre países. Pelos dados do Banco Mundial, apenas 20% da população mundial – dos países do capitalismo avançado – gastam 83% dos recursos do planeta. Essa realidade se choca com as condições de 11 milhões de crianças que morrem de desnutrição por ano e com as 1 bilhão e 200 milhões de pessoas que vivem com menos de um dólar por dia. Mais de 1 bilhão e 500 milhões não têm acesso a água potável. Cerca de 125 milhões de crianças em idade escolar não frequentam escolas (SIM, 2001, p.1).

No ranking mundial, o Brasil está em 72ª posição em qualidade de vida, no ano de 2004, segundo o Índice de Desenvolvimento Humano e indicadores sociais da Organização das Nações Unidas (ONU)⁶ (BRASIL, 2004, p.Port-1). De acordo com dados do Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (IPEA), em 2002⁷, 52 milhões de brasileiros (31,27% da população) viviam com renda inferior à linha de pobreza e 20 milhões (12,16%), com renda abaixo da linha indigência (POBREZA, 2004). Nesse panorama, a renda média dos 10% mais ricos no país é 28 vezes maior do que a renda média dos 40% mais pobres.

Há ainda uma crescente concentração de riqueza pelos mais ricos. Segundo o “Atlas da Exclusão Social – os Ricos no Brasil”, elaborado com base em informações dos Censos de 1980 e 2000 e da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílio (Pnad), a concentração da riqueza do país pelas famílias consideradas ricas subiu de 20% para 33%, em 20 anos, contados a partir do início dos anos de 1980 (RICOS CRECEM..., 2004, p.B1)

Como dispor de computador, de linha telefônica, adquirir *softwares* e ainda pagar uma taxa mensal a um provedor para ter acesso à Internet onde ainda se morre de fome? Como alimentar a utopia de uma Internet de todos para todos diante dessa situação?

Igualdade no poder de comunicar: utopia?

A utopia torna-se fundamental porque pode ser fator de mudança. Indicará pistas para a constituição de uma sociedade diferente que possibilita o acesso igualitário à riqueza e aos bens gerados coletivamente. Como se pode observar, entendemos **utopia**⁸ não como comumente é tratada, ou seja, como algo irrealizável. As utopias são

9

Após a ocorrência do fato.

10

Lançado em 1999 pelo governo federal, coordenado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) e confiado ao Grupo de Implantação composto por representantes do governo, do setor privado, da “comunidade” acadêmica e do terceiro setor..

11

O Livro Branco da Ciência, Tecnologia e Inovação foi lançado em agosto de 2002. Ele traça as linhas de uma política para o Sistema Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação. Está disponível em: <http://www.cggee.org.br/arquivos/livrobranco.pdf>.

12

Tradicionalmente o conceito dizia respeito à telefonia (a idéia de que todos tivessem acesso ao telefone), depois evoluiu para a comunicação de dados (serviços como o Minutel – França – e similares).

passíveis de realização, já que expressam indicativos, ou os sonhos, de onde se quer chegar, embora possam estar distantes da realidade concreta. O presumido caráter irrealizável das utopias não é de todo incontestável. De acordo com Herbert Marcuse (1969, p.3), primeiro, ele só poderia ser definido *ex post facto*⁹, segundo, porque a realização de um projeto revolucionário pode ser “impedida por forças e movimentos contrários que, no processo revolucionário, podem ser superados”.

Assim sendo, no tema em questão, a utopia está em tornar a Internet, realmente, de todos para todos. Não apenas no sentido da interatividade, mas também quanto ao acesso: possibilitar o acesso universal à mesma, sem distinção de classes dentro dos países, nem distinção entre os países e continentes. A democratização desse acesso contribuirá para ampliar a liberdade de comunicar-se, no mais profundo sentido da comunicação, do ato de pôr em comum, de partilhar informações, idéias, pensamentos e conhecimentos, de dialogar, de transmitir e receber mensagens de modo ilimitado dentro de todo o potencial que as redes digitais oferecem. Liberdade esta de partilhar o saber e as descobertas científicas e tecnológicas para estabelecer elos, colocar-se em contato com os outros, partilhar identidades, enfim, participar das redes enquanto cidadãos sujeitos da história.

O *Livro Verde*, produzido no Brasil, traz uma proposta do *Programa Sociedade da Informação* (SOCINFO)¹⁰, documento de suma importância que reúne estudos sobre várias dimensões da realidade no que se refere às condições de mercado, da educação, dos meios de comunicação e cultura, da infra-estrutura tecnológica e da democratização da informação e comunicação, além de apresentar diretrizes de ação para a constituição da Sociedade da Informação no Brasil. Após consultas e debates na sociedade, o *Livro Verde* serviu de base para a confecção do *Livro Branco*¹¹, plano definitivo de atividades para a implantação da Sociedade da Informação no Brasil.

A Sociedade da Informação, para o SOCINFO, “está baseada em tecnologias de informação e comunicação que envolvem a aquisição, o armazenamento, o processamento e a distribuição da informação por meios eletrônicos, como rádio, televisão, telefone e computadores, entre outros. Essas tecnologias não transformam a sociedade por si só, mas são utilizadas pelas pessoas em seus contextos sociais, econômicos e políticos, criando uma nova comunidade local e global, a Sociedade da Informação” (A SOCIEDADE..., 2002, p.1).

Para que a sociedade da informação seja efetivamente construída, é necessário que haja a universalização dos serviços de informação e comunicação. A partir da evolução do conceito de universalização dos serviços de informação e comunicação, que nos anos de 1990 incorpora a meta de acesso de todos à Internet¹², o *Livro Verde*, no capítulo 3, dedicado especialmente à questão da “Universalização dos Serviços para a Cidadania”, explicita que o referido acesso não diz

respeito apenas à disponibilização de suportes tecnológicos.

Ou seja, o documento enfatiza que não se trata tão somente de tornar disponíveis os meios de acesso e de capacitar os indivíduos para tornarem-se usuários dos serviços de Internet, mas, sobretudo, de permitir que as pessoas atuem como provedores ativos de conteúdos que circulam na rede. Nesse sentido, considera-se imprescindível promover a alfabetização digital, que proporcione a aquisição de habilidades básicas para o uso de computadores e da Internet, mas também que capacite as pessoas para a utilização dessas mídias em favor dos interesses individuais e comunitários, com responsabilidade e senso de cidadania (UNIVERSALIZAÇÃO, 2001, p.1-2).

A democratização do acesso e manuseio da Internet no Brasil tem como dificultador as condições de pobreza da população. Em primeiro lugar, para se poder conectar à rede é preciso dispor de infra-estrutura básica – linha telefônica e computador, uma placa de rede e ainda pagar pelos serviços de um provedor de Internet, além dos custos da linha telefônica e aquisição de *softwares*. Em segundo lugar, não basta dispor dessas condições, é preciso dominar – por minimamente que seja – o manuseio do computador e dos recursos da Internet.

A regras do jogo em vigor, de acesso por conta de cada um, são condições inacessíveis a grande parte da população brasileira devido à situação de empobrecimento econômico e de exclusão à escolaridade. Por um lado, há a negação da possibilidade de aquisição de equipamentos e serviços necessários. Por outro, diante do baixo nível de escolaridade e da falta de formação para atualização tecnológica, há a dificuldade de abstração intelectual e carência das habilidades básicas para manuseio de computadores e da Internet.

Nesse contexto, tornar a Internet de todos para todos, coerentemente com o espírito do *Livro Verde*, implica criar condições para o acesso público dos cidadãos às redes digitais, porém, não apenas o acesso aos suportes tecnológicos necessários, mas também a capacitação das pessoas para tornarem-se **usuárias ativas**, ou seja, não somente receptoras, mas também emissoras de conteúdos.

A possibilidade das pessoas, organizações comunitárias, movimentos sociais, ONGs, entre outros, tornarem-se emissores de conteúdos, de maneira ilimitada e sem controle externo (como é na mídia tradicional), a partir dos interesses e necessidades pessoais, comunitárias e de interesse público, é a grande novidade que a Internet traz, o grande potencial revolucionário que o mundo coloca a serviço da humanidade.

Trata-se de um potencial ainda sub-utilizado pela maioria dos usuários que, em geral, explora mais o correio eletrônico, a navegação e a participação em sessões de bate-papos, quando é possível muito mais como, por exemplo, abrir sites, editar e transmitir textos, disponibilizar estação de rádio, programa de televisão, criação de grupos de discussão etc.

13

Outros termos ou termos em outros idiomas: telecottage, centro comunitário de tecnologia, centro de aprendizagem em rede, clube digital, espaço numérisé, telestuben, oficina de comunicação, escola de informática, centro de acesso comunitário, teletienda, infocentro etc. (Livro Verde, cap.3 – p.3). Há também os cibercafés, locais com acesso à Internet que cobram taxas dos usuários.

14

Como a RITS (Rede de Informações para o Terceiro Setor) e o, Movimento Viva Rio, entre outros.

Enfim, simultaneamente a toda luta pela democratização econômica como forma de provocar a distribuição equitativa da riqueza socialmente produzida e, conseqüentemente, da fruição de todos os direitos de cidadania pelo conjunto da sociedade e não apenas pelas elites, há que se achar saídas para viabilizar a democratização do acesso às redes cibernéticas. Os caminhos até agora visualizados para a democratização efetiva da Internet às populações de baixo poder aquisitivo são: a alfabetização digital (aquisição de habilidades para uso do computador e da Internet para exploração de todo o potencial que a rede oferece) e a disponibilização de serviços gratuitos e de acesso público aos cidadãos.

Para tanto, a tendência mundial é a criação de espaços de acesso público à Internet e a realização de cursos e oficinas de capacitação técnica. Os referidos espaços são comumente viabilizados por meio da criação de cabines ou telecentros de acesso público e/ou da disponibilização dos suportes tecnológicos para uso da Internet em escolas da rede pública de ensino, nas bibliotecas públicas, nos centros turísticos, postos de saúde, museus, centros culturais etc., sob a responsabilidade governamental e de entidades civis sem fins lucrativos, em geral por meio de parceria com empresas de telefonia e informática. Citamos como exemplo o Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações (FUST), constituído pela contribuição de 1% sobre o valor da receita operacional bruta (deduzidos os impostos ICMS, PIS, CONFINS) das prestadoras de serviços de telecomunicações, cujos recursos devem ser revertidos para programas públicos de inclusão digital.

Os espaços de acesso público à Internet recebem os nomes de telecentro ou cabine pública, entre outros¹³, e são destinados ao uso das pessoas que não dispõem de recursos para aquisição de computador, modem, provimento de acesso etc., ou para grupos de pessoas em situações especiais, como portadoras de deficiências, doentes ou pessoas em trânsito de uma cidade para outra.

No Brasil, várias experiências de capacitação e disseminação da informática a partir de telecentros (ou outras denominações equivalentes) são desenvolvidas por organizações do terceiro setor¹⁴, especialmente Organizações não Governamentais (ONGs) e por órgãos do poder público, em geral envolvendo parcerias com instituições públicas e privadas.

Destacamos como exemplo o Comitê para Democratização da Informática (CDI), ONG sem fins lucrativos, criada em 1995, que, por intermédio das Escolas de Informática e Cidadania (EICS), promove programas educacionais e profissionalizantes com o objetivo de “reintegrar os membros de comunidades pobres, principalmente crianças e jovens, diminuindo os níveis de exclusão social a que são submetidos no Brasil e em todo o mundo” (APRESENTAÇÃO, 2002, p.1). As EICS são criadas a partir de parceria entre o CDI e organiza-

15

Ver abordagem mais completa em Peruzzo(2004).

16

Em inglês: wsis (World Summit on the Information Society)

17

Ao término, chegou a ser considerada em documento da CRIS "uma Cumbre para las grandes empresas". Sobre seus resultados Sally Burch (2004) disse: "CMSI: acuerdos mínimos y compromisos débiles".

ções comunitárias, tais como associações de moradores, ONGs e grupos religiosos, que passam a gerenciá-las de forma autônoma logo após sua criação. O CDI apenas apóia a criação da Escola de Informática com o fornecimento gratuito de assessoria técnica, capacitação de instrutores, doação de computadores, impressoras e software diversos etc., e se compromete a acompanhar o desenvolvimento do projeto, que deve ser financeiramente auto-sustentável. Com cerca de 860 *Escolas de Informática e Cidadania* criadas em parceria com organizações locais, o CDI está presente em 20 estados brasileiros e em 11 países. As EICS já formaram mais de 615 mil educandos e têm cerca de 4,3 mil computadores instalados e 1036 voluntários em toda a Rede CDI (HISTÓRICO..., 2004, p.1).

A democratização do acesso à Comunicação Mediada por Computador (CMC) ou à rede das redes, é um processo em curso e tende a ganhar cada vez mais importância e visibilidade quando da sua inclusão como parte das políticas públicas e a partir da ampliação das iniciativas autônomas da sociedade civil.

Acesso à Internet como direito do cidadão

Decorridos alguns anos de uma incipiente disseminação da Internet no Brasil, mundialmente, a inclusão digital passa a ser vista como um direito humano, no mesmo patamar do direito ao acesso de qualquer cidadão a outras mídias e a condições dignas de existência. Várias entidades, estudiosos e ativistas têm se posicionado publicamente a favor do **direito à comunicação**¹⁵, tomando-o como mecanismo de se efetivar a democratização dos meios de comunicação. O cerne das manifestações em torno desse tipo de direito tem como expoente a Campanha CRIS (Communication Rights in the Information Society – Direito à Comunicação na Sociedade da Informação).

A Campanha CRIS se constitui num movimento liderado por organizações não governamentais dos campos da comunicação e dos direitos humanos de diversos países, organizado com a finalidade de discutir a democratização das tecnologias de informação e comunicação (TICS) e promover um fórum mundial alternativo ao CMSI (Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información)¹⁶, cúpula convocada pela Organização das Nações Unidas (ONU). A CMSI foi realizada de 10 a 12 de dezembro de 2003, em Genebra, Suíça, e teve por objetivo discutir e traçar planos de ação sobre as políticas para a administração global das tecnologias de informação e comunicação (TICS) e inclusão digital. Participaram do evento representantes dos governos e de grandes empresas¹⁷.

A Campanha CRIS, lançada em 2001 e que teve seu ponto alto no Fórum de 2003, em Genebra, reivindica não só o acesso às tecnologias da informação e comunicação, mas o cumprimento de todos os

18

Tradução nossa.

19

Dados sobre a Campanha CRIS e a CMSI estão disponíveis nos seguintes sítios eletrônicos: www.genebra2003.org/wsis; www.alainet.org; www.movimientes.org; www.crisinfo.org

direitos humanos nas suas dimensões civis, políticas, econômicas, sociais e culturais.

O documento final, *Declaração da Sociedade Civil* (DECLARAÇÃO, 2003), divulgado pelas organizações da sociedade civil no final do encontro de Genebra, postula a redução da pobreza, a observação dos direitos humanos, o desenvolvimento sustentável, o direito à privacidade e à justiça social etc., ao mesmo tempo em que focaliza o tema do direito à informação e à comunicação na sociedade da informação. Quanto a este último aspecto, não se limita a preocupações acerca da “brecha digital” e da inclusão universal dos cidadãos à Internet, mas dos direitos de domínio público, *software* livre e de propriedade intelectual, assim como ao acesso global a todas as tecnologias de informação e comunicação, incluindo menção explícita aos meios comunitários.

Portanto, não se trata apenas de disponibilizar pontos de acesso à Internet a todos. O problema da desigualdade precisa ser superado em todas as suas dimensões e atingir desde a democracia econômica até a comunicacional. A democratização da comunicação começa nas comunidades. O que se pretende é sua ampliação horizontal e múltipla. Dito por outras palavras, que seja acessível a todos e perpassa todos os meios, do alto-falante à rádio comunitária, do vídeo à televisão, do jornalzinho impresso ao *online*, das comunidades presenciais às virtuais.

Em razão deste tipo de premissa, o referido documento considera que

os meios de comunicação comunitários que são independentes, manejados pela comunidade e embasados na sociedade civil, têm um papel específico e crucial na habilitação do acesso e participação de todos na sociedade da informação, especialmente para as comunidades mais pobres e marginalizadas¹⁸ (DECLARAÇÃO, 2003, p.5).

A Campanha CRIS explicitou os seguintes temas como merecedores de abordagens específicas por afetarem diretamente a vida das pessoas:

fortalecimento do domínio público, assegurando que a informação e o conhecimento estejam disponíveis para o desenvolvimento humano, e não encerrados em mãos privadas; assegurar o acesso e uso efetivo de redes eletrônicas em um contexto de desenvolvimento, como por exemplo através de regulação sólida e inovadora, garantindo sua sustentabilidade mediante investimento público; assegurar e estender os bens coletivos globais, tanto para meios de difusão quanto para telecomunicações, para assegurar que estes recursos públicos não sejam vendidos para fins privados; institucionalizar o manejo democrático e transparente da Sociedade da Informação em todos os níveis: desde o local até o global; acabar com a vigilância e a censura, por parte de governos ou empresas; apoiar os meios de comunicação comunitários e todos aqueles cuja atuação é centrada nos interesses do cidadão – tanto os meios tradicionais quanto os novos (THE CRIS campaign, 2004, p.2)¹⁹.

Entre as várias organizações que vêm se destacando na defesa do direito à comunicação, inclusive com envolvimento ativo na Campanha CRIS, estão a ALAI (Agencia Latino Americana de Información), a AMARC (Associação Mundial de Rádios Comunitárias), ALER (Associação Latino Americana de Educação Radiofônica), WACC (Associação Mundial para a Comunicação Cristã) e ISIS Internacional de Manila.

Ao contrário das três primeiras edições do Fórum Social Mundial, no de 2004, realizado em Mumbai, Índia, o tema da comunicação como direito fundamental ganhou espaço de destaque. Foi debatido em dois painéis: *Sociedade da Informação para Quem?* e *O Direito à Comunicação e aos Meios Alternativos*, levando como palestrantes pessoas que tinham participado do encontro da CRIS em Genebra.

Entre os desafios mencionados no evento, se propôs

a elaboração de um mapa dos direitos da comunicação e o fortalecimento dos meios de comunicação produzidos por entidades da sociedade civil e por movimentos sociais. A necessidade de construir um movimento de Direito à Comunicação, seguindo o exemplo do que foi o movimento ambientalista faz 20 anos, foi uma das conclusões do painel²⁰(Burch, 2004, p.1).

Direito à comunicação, sob o ponto de vista teórico, tradicionalmente, tende a ser tomado como direito ao acesso à informação e como direito à liberdade de informação e de expressão. Tal concepção também está expressa nos ordenamentos jurídicos que abordam o tema. A Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, no Artigo 19º, por exemplo, assegura que “todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e idéias por quaisquer meios de expressão”. A Convenção Americana de Direitos Humanos, de 1969, reforça que “toda pessoa tem o direito à liberdade de pensamento e de expressão. Este direito inclui a liberdade de procurar, receber e difundir informações e idéias de qualquer natureza, sem considerações de fronteiras, verbalmente ou por escrito, ou em forma impressa ou artística, ou por qualquer meio de sua escolha”. A Constituição Brasileira de 1988 (Cap.I, Artigo 5º, inciso IX) expressa que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”.

A nosso ver, tal concepção vem sendo renovada pelos movimentos sociais recentes, que atuam em defesa do direito à comunicação, ao incluir a dimensão do direito à comunicação enquanto acesso ao poder de comunicar. As liberdades de informação e de expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptor, nem apenas no direito de expressar-se por “quaisquer meios” – o que soa vago e não garante o acesso do cidadão, com poder de controle, à grande mídia, por

21

Idéias originalmente tratadas no texto "Webjornalismo: do hipertexto e da interatividade ao cidadão jornalista" (2003), da autora.

22

Embora alguns deles também estejam presentes em outras formas de jornalismo, como o radiofônico e televisado, são características inerentes ao ambiente comunicacional constituído pela internet e não propriamente do jornalismo na rede.

exemplo – mas de assegurar o direito de acesso do cidadão e de suas organizações coletivas aos meios de comunicação social na condição de emissores – produtores e difusores – de conteúdos. Trata-se de democratizar o poder de comunicar. Os maiores expoentes dessa nova concepção são alguns movimentos populares e organizações da sociedade civil, estudiosos e ativistas da comunicação e dos direitos humanos. Já se reivindica, inclusive, uma *Declaração Universal sobre o Direito à Comunicação*.

Nas palavras de Osvaldo Leon (2002, p.3), o

direito à comunicação se apresenta agora como aspiração que se inscreve no dever histórico que começou com o reconhecimento de direitos aos proprietários dos meios de informação, logo, aos que trabalham sob relações de dependência com eles, e, finalmente, a todas as pessoas, que a Declaração dos Direitos Humanos [...] consignou como direito à informação e à liberdade de expressão e de opinião. [...] Esta é parte de uma concepção mais global [...] que incorpora de maneira peculiar os novos direitos relacionados com as mudanças de cenário da comunicação e um enfoque mais interativo da comunicação, no qual os atores sociais são sujeitos da produção informativa e não simplesmente receptores passivos de informação.

Contudo, a mobilização social pelo direito à comunicação não vem atraindo todos os segmentos organizados nem alcança muita visibilidade pública. Victor van Oeyen, Paulo Lima e Graciela Selaimen (2002, p.2) chegam a afirmar que

a mobilização pela defesa do direito à comunicação é mais difícil que qualquer outra mobilização por direitos humanos. A Comunicação ainda é vista como uma questão menos urgente – quando chega a ser cogitada – por governos e sociedade civil. A luta por este direito mostra-se incipiente, mas é fundamental que todas as organizações da sociedade civil e pessoas dedicadas ao fortalecimento da cidadania, e não apenas aquelas dedicadas aos temas de mídia e comunicação, voltem sua atenção e uma parcela de seus esforços para garantir que o direito à Comunicação seja preservado.

Ampliando o número de emissores: o cidadão jornalista²¹

As modificações introduzidas pela inclusão da Internet, principalmente os mecanismos de interatividade e as alterações nos processos de produção, difusão e consumo de informações, possibilitam a inclusão dos cidadãos como sujeitos e não como simples consumidores de mensagens. Daí decorre a importância da capacitação técnica e do acesso aos suportes tecnológicos referidos na primeira parte deste texto.

As transformações no processo de comunicação são visivelmente percebidas nas rotinas produtivas de um jornal, no produto que perde a característica analógica e no estabelecimento de novos contratos sociais de leitura, motivadas pelos mecanismos da inte-

23

Hipertexto é tomado aqui como um tipo de “escrita não-seqüencial, [que] sucessivamente leva o leitor a outros documentos localizados em outros centros e computadores, muitas vezes funcionando em diferentes partes do globo” (SQUIRRA, 1998, p.65). Em se tratando de jornalismo na Internet, hipertexto “é uma série de blocos de textos jornalísticos [...] conectados entre si e possibilitando ao leitor diversos caminhos de leitura. Esses blocos de texto podem ser constituídos, por exemplo, de uma reportagem principal, com diversas retrancas ou nós; podem ser formados por documentos integrais ou parciais que contextualizam determinado fato ou fragmento do fato, registrando seu início ou sua análise no tempo – ou mesmo informações colaterais – a partir de edições anteriores do jornal; podem ter links externos, possibilitando ao leitor navegar além da estrutura hipertextual à sua disposição no momento” (CAPPARELLI, 2002, p. 20).

ratividade, como já apontou Sergio Capparelli (2002, p. 8), em estudo sobre jornalismo *online*. Com base em Roger Chartier (1998), Capparelli (2002, p.18-19) mostra que, no jornalismo *online*, um produtor de texto pode ser o editor do texto no duplo sentido – de dar-lhe forma definitiva e daquele que o difunde a um público de leitores, num processo em que, graças à rede eletrônica, a difusão é imediata. Portanto, é evidente o contraste com o padrão instituído pela revolução industrial da imprensa em que os papéis do autor, do editor, do tipógrafo, do distribuidor e do livreiro estavam claramente separados.

As rotinas produtivas de um jornal são modificadas também pelos mecanismos de interatividade potencializados pelas tecnologias digitais, na medida em que o contato com o usuário é facilitado por vários mecanismos, tais como o correio eletrônico, *chats*, fóruns, grupos de discussão, entrevistas *online* e a disponibilização de informações suplementares aos fatos noticiados etc. Trata-se de um *feedback*, porém enriquecido com a abundância de informações e maior liberdade de expressão, o que contribui para modificar a prática jornalística do emissor. A participação direta do leitor, melhor, do usuário ativo, além de fornecer idéias, críticas e informações ao produtor de texto jornalístico, tem o potencial de interferir na constituição dos contratos de leitura entre emissor e receptor. Contrato expresso tanto na linha editorial, como nos mecanismos de hipertexto, que são cada vez mais colocados à disposição do leitor.

O novo jornalismo que está em formação, na forma de jornalismo *online*, evidencia traços distintos²²: a disseminação instantânea de notícias, a superabundância de notícias e de informação, a personalização, a utilização das linguagens multimídia e a possibilidade da interatividade (CORREIA, 2003, p. 3), podendo ser acrescido do “caráter hipertextual, [...] convergente [e] [...] passível de incorporar memória” (Marcos Palácios, *apud* CORREIA, 2003, p.3).

De todas as características acima mencionadas, a interatividade, ou a participação do usuário no jornalismo *online*, advinda do hipertexto²³ e do modo de difundir informações no modelo todos-todos, pode vir a representar uma revolução no *quefazer* comunicacional popular. Mesmo que não signifique falar para os públicos diretamente envolvidos nas ações presenciais das lutas populares, trata-se de uma oportunidade de falar para segmentos amplos da sociedade e difundir as informações que não encontram espaço na mídia tradicional.

Em outras palavras, a nova estrutura comunicacional representada nos suportes digitais como a Internet provoca alterações culturais cruciais, como aquelas relacionadas ao texto não-linear, instantaneidade, diversificação e capacidade de memória e, acima de tudo, à forma como se torna possível a participação e o uso da mídia. Tanto pelo usuário individualmente, em decorrência da interatividade,

24

As aspas expressam nossa intenção de dizer que não se trata de um jornalismo, propriamente dito, no sentido de jornalismo feito por jornalistas, mas de formas autônomas de retratar e discutir acontecimentos e idéias.

25

Para Ignácio Ramonet (2001, p. 55–56), uma série de atores compartilham o espaço da rede para suas mensagens jornalísticas contribuindo para a quebra do oligopólio: os atores sociais (sindicatos, associações, ONGs), os atores econômicos (empresas, patronato), políticos (governo, partidos, grupos) ou culturais (teatros, óperas, centros culturais, casas de cultura, editores, livrarias) que produzem informação, têm seu próprio jornal, seu boletim, são os responsáveis pela comunicação. O autor mostra certa indignação, pois considera que este tipo de comunicação acaba por “perturbar, parasitar, confundir o trabalho do jornalista”, roubando-lhe especificidade.

como pela possibilidade de uma comunicação de muitos com muitos ou de todos com todos.

Ao potencializar uma prática diferenciada ao jornalista e ao modificar o seu relacionamento com o próprio texto, também se institui a possibilidade do surgimento de um número ilimitado de “jornalistas”²⁴, o que favorece a comunicação alternativa e a consecução do direito à comunicação. No ambiente da rede, é possível acumular as funções de repórter, redator e editor, ou seja, uma mesma pessoa pode levantar, apurar, elaborar, suprimir e acrescentar partes, redirecionar o texto na linha que lhe aprouver e ainda difundi-lo instantaneamente pela Internet. Nada mais propício ao surgimento de novos emissores, novos jornais *online*, novos espaços interativos.

Estamos falando do potencial para o exercício da liberdade de imprensa que a Internet proporciona à sociedade. Se, por um lado, o jornalismo *online* se caracteriza como um novo jornalismo ao incorporar o hipertexto e outras inovações, por outro, ele enseja uma comunicação num modelo de todos-com-todos. Qualquer indivíduo pode se tornar emissor de mensagens, como já foi dito anteriormente.

Trata-se de uma ruptura que representa uma alteração crucial em relação ao sistema dos meios de comunicação de massa tradicionais, com suas características de transmissão de informações concentradas social e geograficamente. Pelas diferenças tecnológicas, as redes cibernéticas podem enviar e receber textos, sons e imagens de qualquer nó no rizoma. Qualquer computador, ligado à rede telefônica e conectado a um provedor de Internet, pode tornar-se correio, jornal, editora, estação de televisão e de rádio (CUNHA FILHO, 1999, p. 57).

O marco divisor, nos modos de se comunicar representado na Internet, altera profundamente o sistema convencional de tratamento da informação, centrado nos agentes profissionais vinculados à grande mídia. O que não quer dizer que desapareçam; pelo contrário, são os que mais rapidamente se adaptam às novas situações. Mas, abrem-se outras possibilidades de produção de conteúdos endógenos e sua transmissão, sem fronteiras e sem *gatekeepers*, pelos agentes sociais, seja cada pessoa individualmente ou entidades associativas, em torno das quais as pessoas se unem com a finalidade de contribuir para resguardar os interesses coletivos.

Aqui está a chave de outro tipo de novo jornalismo. Um jornalismo independente dos grandes meios de comunicação e, em geral, sem ter a intenção de competir com eles, pois trabalha com uma informação diversa daquela priorizada pela grande imprensa. Um jornalismo feito por qualquer cidadão (individualmente), por entidades coletivas de interesse social (associações comunitárias, entidades filantrópicas, sindicatos, organizações não-governamentais etc)²⁵, por organizações de comunicação independentes (Le Monde Diplomatic, Centro de Mídia Independente – CMI, Slashdot etc.), que se dedicam a uma comunicação voltada para interesses específi-

26

Para alguns, o jornalista exerceria, entre outras funções, a de mediador, entre o fato, a fonte e o leitor.

27

Significa “porteiro”, aquele que seleciona o que é difundido ou não no jornal ou na tv.

28

Técnica empregada na produção do texto jornalístico que consiste em redigir a notícia pela ordem de importância de seus componentes.

cos com finalidade pública, a uma comunicação alternativa e crítica à mídia tradicional.

A modificação no universo comunicacional criado pelas novas tecnologias chega a preocupar teóricos. Inácio Ramonet (2002, p. 56) mostra-se indignado com o que chama de confusão “entre o universo das relações públicas e o da informação” e com as alterações no que se concebia como especificidade do jornalista, já que “cada cidadão se torna jornalista”.

O entusiasmo com o potencial de inserção na rede das redes precisa ser tomado com o devido senso de limites em decorrência da desigualdade de acesso à Internet e capacitação para seu uso, como explicitado anteriormente. Contudo, é inegável que a Internet traz uma mudança fundamental: a possibilidade de pessoas, organizações comunitárias, movimentos sociais, ONGs, grupos de comunicadores etc. tornarem-se usuários ativos, emissores de conteúdos, de maneira ilimitada e sem controle, por parte dos canais tradicionais de mídia ou pelos condicionamentos legais ao acesso à propriedade de canais, como ocorre no âmbito das telecomunicações.

Nos termos até aqui explicitados, a liberdade de comunicação contribui para instituir um novo jornalismo na perspectiva em que:

- a) quebra do papel do jornalista como mediador²⁶ e *gatekeeper*²⁷, já que qualquer pessoa pode tornar-se produtora e difusora de textos, imagens e sons;
- b) assegura a liberdade de difusão de mensagens das organizações comunitárias de interesse público, por canais próprios, livrando-as dos *gatekeepers* da grande imprensa;
- c) permite a inclusão e o aumento da capacidade de difusão de novos jornais e boletins comunitários (de associações, ONGs, associações culturais, sindicatos, centros de pesquisa etc.) no cenário dos já existentes;
- d) abre espaço para a criatividade e inovações de linguagem ao facilitar a experimentação de novos formatos de textos, não necessariamente presos aos esquemas tradicionais da pirâmide invertida²⁸, da linguagem sensacionalista ou dos truques editoriais, pois não há necessidade de submissão aos controles a partir de regras e padrões de produção de textos da grande imprensa;
- e) amplia a diversificação de emissores e, conseqüentemente, dissemina novos conteúdos, amplia as fontes (cidadãos, associações) e modificam-se os critérios para a seleção do que venha a ser noticiado, o que favorece o pluralismo de idéias e a ampliação da agenda pública.

Portanto, a exploração integral do espaço comunicacional *online* provoca alteração fundamental no processo de constituição e ampliação dos direitos de cidadania. Sob o ponto de vista do direito social, todo cidadão tem direito aos canais de expressão. Não somente no sentido de acesso às informações, mas ao poder de comunicar.

29

Conceito: entende-se por peer-to-peer a “partilha de recursos e serviços através da troca direta entre sistemas” (site oficial Peer-to-Peer Work Group, apud MOURA, 2002, p. 1)

30

Blog é o site pessoal, em que a pessoa coloca comentários, links e qualquer outra coisa de seu interesse. Ver www.labblogs.com

31

Trata-se de um site cujo conteúdo é voltado para os interesses de “nerds” tecnológicos, segundo sua auto-denominação: “News for Nerds. Stuff that Matters”. Endereço: <http://www.slashdot.org>.

Quanto à questão da mediação e da seleção de mensagens, há que se fazer distinções entre o ambiente virtual, no qual o usuário (individualmente ou coletivamente, no caso das comunidades virtuais e entidades) tem total domínio do processo – da produção à difusão das mensagens –, e aqueles em que há necessidade de alguma mediação em torno do resultado da participação das pessoas (em grupo de discussão, por exemplo) e da formatação do produto final (um jornalzinho), ou mesmo para dirimir conflitos, selecionar notícias, elencar prioridades etc.

No primeiro caso, a figura do jornalista como mediador não faz mais sentido. Qualquer cidadão pode ser o “jornalista”, quer dizer, exercer as funções de repórter, redator, editor e transmissor de mensagens, como já foi dito, mesmo não sendo um especialista formado nas faculdades de Comunicação. Porém, aqui estamos falando apenas do jornalismo popular/comunitário. Na grande imprensa, o papel do jornalista profissional segue tendo seu curso normal e importante.

Mas, no segundo caso, admite-se a necessidade de alguém “fazer o meio de campo”. Como disse Correia (2003, p.5), nesse ambiente, o jornalista, na melhor das hipóteses,

manterá características de *gatekeeper*, num universo de maior complexidade. Se assumir como sua a missão de imprimir uma certa racionalidade na produção e circulação de mensagens, então terá de se adaptar à gestão dos fluxos comunicacionais em dimensões de espaço e tempo completamente novas. O jornalista desempenhará então funções de mediador público.

No contexto desse outro webjornalismo, no entrosamento do hipertexto com a interatividade e com a liberdade de expressão, além dos espaços das organizações sem fins lucrativos já mencionados, vêm se desenvolvendo experiências fabulosas de diálogo, principalmente em ambientes de sites interativos que podem estar contribuindo para o surgimento de um jornalismo de fonte aberta (jornalismo open source).

Referimo-nos a sites na linha do *peer-to-peer*²⁹, do *slashdot*, dos *blogs*³⁰ (*weblogs* ou *personal weblogs*), que levam alguns a acreditar que o *selfpublishing* será o futuro da net (CORREIA, 2003, p. 4). O jornalismo *open source* é apontado por Catarina Moura (2002) como sendo aquele praticado por comunidades virtuais do tipo *slashdot*³¹. “Situado entre a webzine e o fórum, o *slashdot* representa o que muitos consideram o início da era do jornalismo *open source*, o que implica, desde logo, permitir que várias pessoas (que não sejam jornalistas) escrevam e, sem a castração da imparcialidade, dêem a sua opinião” (MOURA, 2002, p. 2).

O *Slashdot* aceita que qualquer usuário da internet insira a informação que deseja colocar *on line*, seja no formato de texto, um *link* ou um fragmento de página *web*. De acordo com a relevância, o assunto pode ser selecionado pelos editores do *slashdot* e inseridas

32

O Slashdot faz questão de deixar claro que não faz jornalismo, pois respeita a idéia dos jornalistas de que “jornalismo é algo que os jornalistas fazem”, segundo Rob Malda, um dos criadores do site (Apud MOURA, 2002, p. 2).

no *site*. Apesar de se pautar pelo particular e não pelo universal, na essência continua a ser um fórum noticioso, diversificado e plural³² (MOURA, 2002, p. 3). *Sites* similares ao *Slashdot*, como o *Kuro 5him* (<http://www.kro5him.org>) e o *Plastic* (<http://www.plastic.com>), apesar das diferenças no que diz respeito ao controle editorial, têm traços em comum: qualquer pessoa pode colocar um artigo, todos comentam os artigos, métodos de filtragem de artigos e de comentários baseiam-se em índices de leitura (CORREIA, 2002, p.4).

Desse modo, a Comunicação Mediada por Computadores (CMC) representa uma ruptura no modo de produzir e difundir mensagens, bem como no modo de interagir com os outros e de receber informações. Permite a produção e a difusão descentralizada num esquema todos-todos ou de muitos-muitos, abrindo as comportas da emissão em direção ao pluralismo de idéias e à diversificação incessante de fontes. Permite uma relação não-linear com o texto e a interatividade do leitor (seja como mero receptor ou quando se transforma também em emissor ativo) com os emissores de produtos jornalísticos, com outras fontes ao redor do mundo ou com outros usuários, ensejando a possibilidade de sua interferência nos pólos da produção e da circulação de notícias.

Considerações finais

Socialização do acesso à Internet significa a necessidade de romper as barreiras que impedem o exercício ampliado da cidadania com igualdade e liberdade. Sua efetivação contribuirá para o exercício da cidadania na sua *dimensão política*, por meio da ampliação das possibilidades de participação do cidadão na vida de sua cidade, do país e do mundo. Por intermédio das redes digitais, pode-se mais facilmente acompanhar as políticas públicas e os programas de governo e interferir neles, discutindo, sugerindo e fiscalizando suas operações; ter acesso a oportunidades de trabalho, participar de comunidades virtuais, valer-se de serviços úteis no dia-a-dia (marcar consulta, saber dos horários de ônibus interurbanos etc.), participar de programas de ensino a distância, visitar museus e bibliotecas e assim por diante. Contribuirá, ainda, para o exercício da cidadania nas suas *dimensões econômica e social*, a partir do acesso aos bens materiais e serviços públicos (computadores, modems, linha telefônica, serviços de provedor etc.), embora não haja a posse (propriedade) privada dos mesmos, o que, aliás, mostra-se como dispensável, no caso. Como também do exercício da cidadania em sua *dimensão cultural*, potencializada pelo acesso à informação e ao conhecimento acumulado que a rede proporciona, além do exercício do direito de partilhar o poder de comunicar.

Referências

APRESENTAÇÃO. Comitê de Democratização da Informática. Rio de Janeiro. Disponível em: <www.cdi.org.br> . Acesso em: 20.01.2002.

A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. Livro Verde. SOCINFO. Brasília, 2000. Disponível em: <www.socinfo.gov.br> . Acesso em: 15.03.2001.

BRASIL fica em 72º lugar no ranking do IDH. **Relatório do Desenvolvimento Humano 2004**. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Disponível em: <www.pnud.org.br/rdh/destaques/index> . Acesso em: 28.11.2004.

BURCH, Sally. *CMSI: acuerdos mínimos y compromisos débiles*. 16 dez 2003. Disponível em: www.movimientos.org/foro_comunicacion (documentos). Acesso em: 12 fev 2004.

———. FSM 2004: la necesidad de un movimiento por el derecho a la comunicacion. ALAI-América Latina. Buenos Aires: ALAI, 20 Jan 2004. Disponível em: www.alainet.org. Acesso em: 02 fev 2004.

CAPPARELLI, Sérgio. Alguns dispositivos online da imprensa de referencia internacional. In: PERUZZO, Círcia M. K. & ALMEIDA, Fernando F.de (orgs.). *A mídia impressa, o livro e as novas tecnologias*. São Paulo/Campo Grande: Intercom /Uniderp, 2002. p. 17–37.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (A era da informação: economia, sociedade e cultura. v.1)

CONTEÚDOS E IDENTIDADE CULTURAL. Livro Verde. SOCINFO. Brasília: 2000. Disponível em: <www.socinfo.org.br/livro_verde/capitulo_5.htm>. Acesso em: 15.03.2001.

CORREIA, João. **Novo jornalismo, cmc e esfera pública**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-cmc-esfera-pubkica.html>>. Acesso em: 22.03.2003.

CUNHA FILHO, Paulo C. Modelos de cidadania digital: hipermídia e democracia na sociedade da informação. **Ícone**. Recife: UFPE, ago. 1999. n. 4. p. 43–61.

DECLARAÇÃO da Sociedade Civil. CMSI – Cumbre Mundial Sociedad Información: puntos de referencia esenciales de la sociedad civil para la CMSI. 15 Dez 2003. Disponível em: www.genebra2003.org/WSIS/index_c03_3_18htm . Acesso em: 13.02. 2004.

HISTÓRICO DO CDI. Comitê de Democratização da Informática. Rio de Janeiro. Disponível em: <www.cdisaopaulo.org.br/historico> . Acesso em: 28.11.2004.

HOW MANY ONLINE? NUA. Disponível em: <www.nua.ie/survys/how_many_online/index.html>. Acesso em: 26.11.2004.

INDICADORES – crescimento da Internet. Comitê Gestor da Internet no Brasil. Disponível em: <www.cg.org.br/indicadores/brasil_mundo.htm> . Acesso em: 26.11.2004.

POBREZA.... IPEADATA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Disponível em: <www.ipeadata.gov.br>. Acesso em: 28.11.2004.

LEMONS, André. **Cultura das redes:** ciberensaios para o século XXI. Salvador: UFBA, 2002.

LEÓN, Osvaldo. **Democratização das comunicações.** Disponível em: www.movimientos.org/foro_comunicacion (documentos). 20 jan 2002. Acesso em: 13 fev 2004.

LINHAS DE AÇÃO. Livro Verde. SOCINFO. Brasília: 2000. Disponível em: <www.socinfo.org.br> . Acesso em: 15.03.2001.

MAPA DA EXCLUSÃO DIGITAL. Centro de Políticas Sociais. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, abril 2003. Disponível em: <www2.fgv.br/ibre/cps/mapa_exclusao/apresentacao/sumario.pdf>. Acesso em: 28.11.2004.

MARCUSE, Hebert. **El fin de la utopía.** México: Siglo XXI, 1969.

MOURA, Catarina. **O jornalismo na era Slashdot.** 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 22.03.2003.

OEYEN, Victor van; LIMA, Paulo & SALAIMEN, Graciela. A Campanha CRIS. **Revista do Terceiro Setor.** Extraído do texto “A Cúpula Mundial de 2003: a Sociedade Informacional”. São Paulo: RITS, junho de 2002. Disponível em: www.cmsi.org.br/cris.htm . Acesso em: 23 jan 2004.

PERUZZO, Cicilia M. K. Sociedade da informação no Brasil: desafio de tornar a internet de todos para todos. In: PERUZZO, Cicilia M. K. & BRITTES, Juçara (orgs.) **Sociedade da informação e novas mídias:** participação ou exclusão? São Paulo: Intercom, 2002a. p. 45-53.

———. Webjornalismo: do hipertexto e da interatividade ao cidadão jornalista. **Verso e Reverso – Revista da Comunicação.** São Leopoldo: Unisinos, n.37, p.77-95, 2003.

———. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (Org.). **Comunicação pública.** Campinas: Alínea, 2004. p.49-79.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da Comunicação.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

RICOS crescem e concentram mais renda. **Folha de S.Paulo**, 02.04.2004, p.B6.

the cris campaign. Sociedade da informação: de quem? Disponível em: <www.crisinfo.org/livre/index.php?section=> . Acesso em: 13 fev 2004.

UNIVERSALIZAÇÃO DE SERVIÇOS PARA A CIDADANIA. **Livro Verde**. SOCINFO. Brasília: 2000. Disponível em: Disponível em: www.socinfo.gov.br/livro_verde/capitulo_3.htm. Acesso em: 15.03.2001.