

Os Prós e os Contras da Internet Como Ferramenta de Voz Para Comunidades Periféricas¹

Michelly Xavier da COSTA²

Adriana Prest MATTEDI³

Universidade Federal de Itajubá, Itajubá, MG

Resumo

As tecnologias de informação e comunicação (TICs) sempre foram utilizadas por movimentos sociais e comunitários para a busca de uma melhor condição de vida, para a mudança da realidade local e para a promoção do debate e da reflexão sobre os problemas da comunidade. Contudo, as velhas TICs possuem uma série de limitações que dificultam a utilização desses meios pelas comunidades. Nesse cenário, a internet surgiu como uma possibilidade de acesso e de transformação do cidadão em produtor de conteúdo, porém, ela também possui características que dificultam sua utilização, principalmente em regiões pobres ou de difícil acesso. Assim, este artigo busca compreender os prós e os contras do uso da internet como ferramenta de voz para as comunidades periféricas, por meio de uma análise a partir de um levantamento bibliográfico sobre o tema.

Palavras-chave: internet; comunidades periféricas; comunicação alternativa; comunicação comunitária; TICs.

Introdução

Continua sendo pequeno o espaço que as comunidades periféricas ocupam na mídia tradicional, sendo as informações divulgadas nesse espaço restritas à visão de uma minoria que não faz parte da realidade local e que, em muitas das vezes, possui uma visão superficial e pré-definida sobre as comunidades periféricas. Pesquisas realizadas entre 2005 e 2006 por Nóra e Paiva (2008, p.20) concluíram que “a maioria das matérias que tem a favela como tema destaca os seus aspectos negativos. De modo geral, estes espaços são vistos como territórios da bandidagem e, principalmente, do tráfico de drogas”. Ao ressaltar apenas o lado negativo das comunidades, a mídia rotula um local. Nesse cenário, a internet surge como ferramenta para que iniciativas de comunicação alternativa consigam voz, uma vez que essa tecnologia tirou o cidadão

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação Popular e Alternativa, do PENSACOM BRASIL 2017.

² Mestranda do Curso de Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade da Unifei, e-mail: michellyxavier@hotmail.com.br. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade da Unifei, e-mail: amattedi@unifei.edu.br.

comum do papel de apenas consumidor de informação para o de autor. Atualmente, qualquer pessoa com acesso a um computador ou smartphone pode se tornar um produtor de conteúdo.

Apesar de a internet ter sido desenvolvida como parte de um projeto militar, com origem nos estudos realizados desde a década de 1960 pela Agência de Projetos de Pesquisas Avançadas do Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América (CASTELLS, 1999), essa tecnologia fez com que os meios de comunicação também migrassem, modificando o jornalismo e a maneira das pessoas se comunicarem. Essas mudanças também possibilitaram que o cidadão se tornasse produtor de conteúdo, contribuindo para o surgimento de iniciativas de comunicação alternativa que ajudam nas denúncias de arbitrariedades, informam os moradores sobre os conflitos locais, sobre a cultura da comunidade e assuntos diversos do dia a dia. Uma pesquisa realizada pela Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), Observatório de Favelas, entre os anos de 2013 e 2014, identificou 118 coletivos populares de comunicação somente na Região Metropolitana do Rio de Janeiro. Estes canais de comunicação oferecem para o público em geral uma informação diferenciada, produzida por quem vive a realidade local. A internet possibilita que essas iniciativas sejam repensadas e, de acordo com Ramalho (2015), o baixo nível hierárquico e a estrutura horizontal e interligada da internet possibilita que os cidadãos tenham a voz que nunca tiveram.

Para compreender como as comunidades periféricas podem aproveitar as vantagens da internet e lidar com os contras dessa tecnologia, esse artigo faz uma análise a partir de um levantamento bibliográfico sobre o tema, uma vez que conhecer melhor essa tecnologia é importante para o surgimento de novas iniciativas, com mais informações e embasamento para a mudança da realidade local.

As mudanças provocadas pela internet

A transição das tecnologias analógicas para as digitais mudou a velocidade e a forma como as pessoas se relacionam e se comunicam. A Internet foi uma das principais responsáveis por essa mudança. Sua popularização fez com que os computadores se tornassem objeto de desejo. Entretanto, foi com os smartphones que a internet conseguiu alcançar áreas onde o acesso por computador ainda era difícil, seja pelo preço

do equipamento ou pelas dificuldades ocasionadas pela falta de infraestrutura adequada. De acordo com a 27ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas (2016), somente no Brasil já há mais de 168 milhões de aparelhos, número maior do que o de computadores, que gira em torno de 160 milhões. A projeção da pesquisa é de que, em 2018, o país tenha cerca de 236 milhões de aparelhos.

A popularização da tecnologia *mobile* deixou a internet mais acessível. De acordo com a Pesquisa TICs Domicílios 2015, realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), 33% dos internautas brasileiros acessam a internet apenas pelo celular, número mais significativo do que os 5% dos internautas que utilizam apenas o computador de mesa. Ainda de acordo com a mesma pesquisa (CETIC.BR, 2016), 59% dos usuários utilizam mais de uma tecnologia para o acesso.

Junto com as novas TICs, o termo “redes sociais” ganhou destaque. Apesar de atualmente ter seu significado quase que unicamente ligado às relações que ocorrem no meio digital, o termo é mais antigo do que a criação da Internet. Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (RECUERO, 2009, apud Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Pode-se considerar que as redes sociais nasceram da necessidade dos homens de se comunicarem, de compartilharem experiências, informações, conhecimentos, interesses e de criarem laços. O termo se refere à interação e troca social, sendo bem mais amplo do que as redes sociais da internet. Dessa forma, as redes sociais são qualquer grupo que compartilhe de um interesse em comum, um ideal, uma preferência, virtualmente ou não. Sendo assim, os clubes, igrejas, salas de aula e até mesmo empresas também são exemplos de redes sociais.

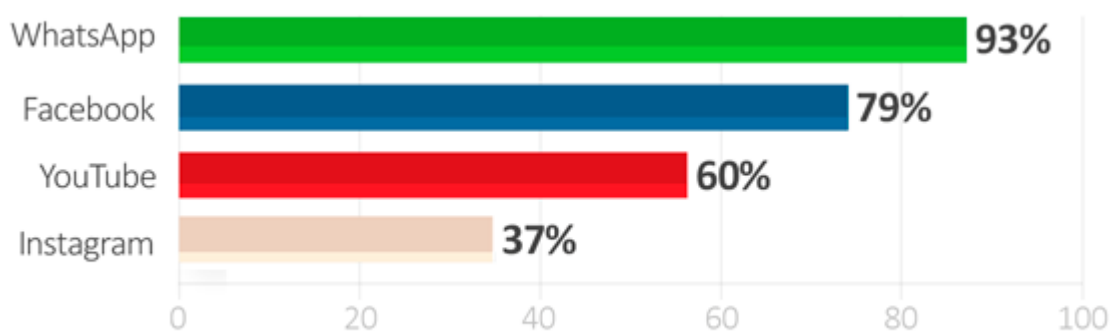
Para Recuero (2009, p.77) as “redes são dinâmicas e estão sempre em transformação. Essas transformações, em uma rede social, são largamente influenciadas pelas interações”. Ao longo dos anos, as redes sociais foram influenciadas pelos avanços tecnológicos e se adaptando as novas necessidades humanas de interação, até culminarem na criação das redes sociais digitais, que tiveram seu boom por volta dos anos 2000.

As redes sociais digitais são serviços que permitem que os usuários tenham um perfil (público ou semi-público), possam se conectar com outros usuários e visualizá-los dentro do sistema (ELLISON, 2007). Os avanços na infraestrutura da Internet e sua popularização permitiram que, em 1997, nascesse o primeiro serviço com todas essas características, o SixDegrees.com. Antes dele os serviços já existiam, mas não eram concentrados em uma única ferramenta, não se caracterizando assim como uma rede social digital (ELLISON, 2007). A partir daí, inúmeros outros sites surgiram com a intenção de reunir amigos, compartilhar músicas, fotos, vídeos, manter relações de trabalhos, compartilhar hobbies, entre outros.

Por volta da segunda metade da década de 90, a Internet se tornou mais acessível e passou a estar presente nas casas e trabalho das pessoas, aumentando ainda mais o número de usuários das redes sociais digitais e as inúmeras opções disponíveis fazem com que os brasileiros gastassem em média 21.2 minutos por visita às redes sociais (COMSCORE, 2015). Esse número é 60% maior do que a média mundial.

De acordo com a Pesquisa CONECTAi Express (Figura 1), realizada pela plataforma web do IBOPE Inteligência (2016) com internautas brasileiros em 2015, as redes sociais Whatsapp, Facebook, Youtube e Instagram são as mais utilizadas.

Figura 1 – Redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros



Fonte: IBOPE Inteligência

As mudanças provocadas pela internet não estão restritas ao meio que as pessoas utilizam para se comunicarem. De acordo com Ramos e Ramos (2016), o uso dos smartphones e aplicativos tem tornado a comunicação híbrida, irreverente e tem colaborado para a substituição da linguagem estritamente verbal e formal por uma baseada no uso de imagens ou na soma desses dois tipos de linguagens. Ramos e Ramos

(2016, p.3) também enfatizam que “é possível observar a intensa substituição da escrita formal pelo uso de imagens — os *emoticons* — e de reduções das palavras, além da grande frequência de textos de cunho humorístico e satírico”.

Essas mudanças fazem com que os textos sejam menos densos, o uso de imagens e onomatopeias se popularize, e as palavras passem por um processo de redução. O “você” já virou “vc”, a palavra “também” é abreviada para “tbm”, ou simplesmente “tb”, “hoje” já é “hj”, e assim acontece com inúmeros outros termos.

O processo de difusão da informação também passou por mudanças. Hoje, além de utilizarem a internet para se manterem informados, para terem contato com os amigos, familiares, fazerem pesquisas e estudarem, as pessoas também utilizam-na como meio para divulgar causas, convocar mobilizações e fazer reivindicações. Esse movimento também pode ser chamado de ativismo online ou digital e, atualmente, utiliza principalmente as mídias sociais como Whatsapp, Facebook e Twitter, além de e-mail e blogs para a organização de ações, protestos e disseminação de ideias e ideais. Como exemplo, têm-se os movimentos Primavera Árabe e Occupy Wall Street que utilizaram as redes sociais como principal meio de divulgação de suas causas (MALINI; ANTOUN, 2013). No Brasil, não é diferente. As manifestações de junho de 2013, que começaram contra o aumento da tarifa dos transportes públicos e desencadearam a reivindicação de outras causas, foram mobilizadas principalmente pela internet e de acordo com levantamento do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (2013), em pesquisa realizada com 2002 manifestantes, com 14 anos ou mais, com exclusividade para o programa de TV Fantástico, nas capitais de sete estados (SP, RJ, MG, RS, PE, CE, BA) e em Brasília, as redes sociais foram o meio pelo qual 63% dos participantes souberam das manifestações do dia 20 de junho de 2013.

Todas essas mudanças afetaram a forma das iniciativas de comunicação em comunidades periféricas exporem suas ideias. Porém, a utilização desse meio não possui apenas pontos positivos, ainda há muitas barreiras que as comunidades periféricas precisam ultrapassar para que a internet seja, efetivamente, uma ferramenta de voz para esses locais.

Os prós do uso da internet pelas comunidades periféricas

A principal mudança que a internet proporcionou é a acessibilidade aos meios de produção de conteúdo. A participação das pessoas no processo de comunicação foi modificada e hoje é possível que qualquer cidadão se torne um emissor de conteúdo, saindo, assim, da função passiva de apenas receptor. Recuero (2011, p.1) diz que “cada ator conectado a rede é, assim, um emissor em potencial, capaz de atuar no contexto desses fluxos informativos, construindo, modificando e divulgando informação”, o que coloca em questionamento o poder de informação dos meios de comunicação de massa. Os *creators*, ou criadores de conteúdo, e os *digital influencers* são exemplos de como o poder da informação saiu das mãos da imprensa. Esses novos profissionais aproveitaram as possibilidades proporcionadas pela internet e se apropriaram da capacidade de alcance global e interatividade do meio e já movimentam um mercado de milhões de dólares. O caminho da notícia que antes começava com o jornalista, passava pela criação da notícia e pela publicação no jornal para depois chegar ao leitor mudou e hoje a facilidade de acesso aos meios de divulgação, de utilização dos equipamentos e dos softwares, de acesso a celulares e câmeras fez com que os modelos de jornalismo alternativos, que não são produzidos exclusivamente por jornalistas, mas que também possui espaço para cidadãos com outra, ou nenhuma, formação, ganhassem força (PRIMO; TRASEL, 2006).

As velhas TICs, como o rádio, a TV e o jornal impresso, necessitam de um investimento maior do que a internet para que um material seja produzido. Em uma análise do jornal comunitário “A notícia por quem vive”, produzido na Cidade de Deus, Gonçalves, Perissé e Melo (2013) falam sobre a dificuldade dos responsáveis pelo jornal comunitário com a diagramação, uma vez que os membros participantes não possuíam o conhecimento técnico necessário, e a dificuldade financeira para arcar com os custos da impressão dos exemplares. Nas velhas TICs o custo dos equipamentos é mais alto do que o custo do serviço de conexão e dos aparelhos utilizados para acesso à internet. Esse fator pode ser decisivo para a escolha desse meio para produção de conteúdo, principalmente quando consideradas as comunidades periféricas, onde, comumente, o poder aquisitivo é menor. Além do custo mais baixo, Ramalho (2015)

cita a não necessidade de autorização legal para serem utilizadas⁴ e a melhora e barateamento dos serviços de conexão, assim como os equipamentos utilizados, (computadores, notebooks e smartphones) como fatores que colocam as novas TICs como ferramentas alternativas para a comunicação em comunidades.

Além de facilitar o acesso e a difusão da informação, a internet mudou as relações e possibilitou que as informações circulassem mais rapidamente, proporcionando a discussão e a propagação de ideias entre várias pessoas ao mesmo tempo. Como resultado, tem-se a possibilidade de que os cidadãos tenham a representatividade que não é oferecida pelos meios de comunicação de massa, que geralmente tratam de assuntos ligados às grandes capitais, deixando de lado temas de interesse local que surgem de necessidades práticas dos moradores. Ao utilizarem a internet como forma de divulgação, os movimentos populares conseguem sua independência da mídia tradicional. As iniciativas populares também contribuem para que uma nova fonte de informação seja criada, diminuindo a dependência das pessoas em relação aos meios tradicionais de informação (MORAES, 2001).

Um exemplo de como a internet pode ser utilizada para aumentar a possibilidade de fontes de informação disponíveis aos usuários é o Projeto Dissonante, um servidor livre e gratuito de rádio web que trabalha na criação de rádios de divulgação de temas transversais como saúde da mulher, esportes, tecnologias, inclusão digital e educação ambiental e que nasceu dentro do Projeto Comunicação Comunitária da Universidade de Brasília. Do Projeto Dissonante, já surgiram iniciativas que promovem a comunicação livre e baseiam-se no entendimento da comunicação como um direito humano. Segundo Paulino *et al* (2011, p.63), “esses casos refletem a capacidade que a internet tem de contribuir com a articulação de grupos sociais e favorecer a construção colaborativa de ideias”.

O uso da internet, por meio da conectividade e inclusão que proporciona, também tem potencial para causar grandes impactos nos princípios de identidade coletiva, comunidade e democracia por meio dos ciberativistas os quais, para Malini e Antoun (2013, p.24), “são sujeitos aparelhados e interfaceados (em sites, blogs e perfis

⁴ Diferentemente do que acontece com as rádios comunitárias, que necessitam de autorização para funcionarem de forma legal. A Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, determina que para as rádios comunitárias obterem a autorização de funcionamento o serviço de difusão precisa ser prestado por associações e fundações sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação de serviço, opere em baixa potência (25 Watts) e com cobertura restrita a um raio de 1km a partir da antena transmissora.

em redes sociais, etc.) que buscam, fora do modus operandi dos veículos de massa, produzir uma comunicação em rede que faz alimentar novos gostos, novas agendas informativas e novos públicos”.

Não são poucos os exemplos de iniciativas brasileiras que utilizam a internet para mostrarem a realidade onde estão inseridas, para dialogarem com a comunidade e provocarem a reflexão e o debate de assuntos de interesse local. Um dos exemplos é o Voz das Comunidades, que começou em 2005, ainda como um jornal impresso. Hoje o Voz aproveita as facilidades da internet e conta com um site (www.vozdascomunidades.com.br) e redes sociais, onde são divulgadas notícias sobre o Complexo do Alemão, Complexo da Maré, Fumacê, Cidade de Deus, Vila Kennedy, Vidigal, Cantagalo, Morro da Formiga, Morro do Borel e Pavão-pavãozinho, todas elas favelas cariocas. Além da sessão de notícias, o site também conta com colunas com artigo de opinião, sobre cinema, cursos, empreendedores da comunidade, esporte e jornalista convidado. O Voz também tem com parceria com outras iniciativas de comunicação de favelas cariocas para obtenção de informações e produção das notícias, o que mostra o poder de conexão que a internet fornece para pessoas que se interessam por uma mesma causa, possibilitando uma união que, talvez, não seria possível sem esse aparato tecnológico.

As dificuldades do uso da internet em comunidades periféricas

Apesar das facilidades e oportunidades que a internet proporciona, ela ainda apresenta problemas que podem se tornar barreiras para que comunidades periféricas consigam utilizar toda a potencialidade da internet.

Os algoritmos são um dos obstáculos, uma vez que eles fazem com os usuários recebam conteúdos de acordo com suas as preferências, alinhamento e comportamento, o que dificulta que recebam informações e opiniões contrárias as suas orientações. As redes sociais, por exemplo, são capazes de coletar dados do comportamento dos internautas e dos seus contatos e, com isso, oferecer informações limitadas às preferências de cada um. Sendo assim, os algoritmos podem dificultar que os conteúdos produzidos por iniciativas de comunidades periféricas sejam vistos. Pesquisa realizada pelo Instituto Reuters (2016) mostrou que, apesar das preocupações que as pessoas têm com o fato dos algoritmos selecionarem o que elas irão ler, parte dos entrevistados se

sente confortável em receber notícias baseadas em três fatores: o que ela leu antes (36%), julgamento de editores ou jornalistas (30%) e no que os amigos estão consumindo (22%).

Essa realidade pode ocasionar a bolha digital, ou bolha dos filtros, como é chamada por Pariser (2012). O autor define, como bolha dos filtros, o universo de informações criado para cada um, por meio dos filtros on-line, e que muda a maneira das pessoas se depararem com ideias e informações. Assim, esta bolha é capaz de distorcer a visão das pessoas sobre o que é importante, verdadeiro e real. O autor diz ainda que cada um está sozinho nessa bolha; que ela é invisível, ou seja, que as pessoas acreditam que as informações que recebem são imparciais, porém é quase impossível saber o grau de imparcialidade de uma bolha de filtros; e que as pessoas não escolhem entrar na bolha.

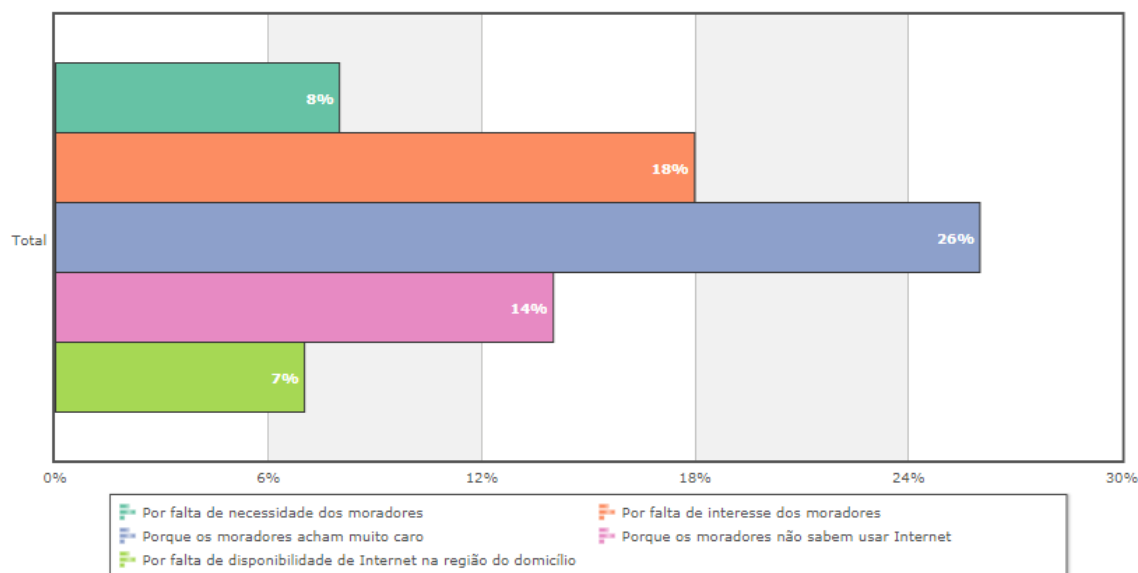
Para Pariser (2012), o fato das pessoas receberem incontáveis informações todos os dias faz com que aceitem os filtros, já que esses facilitam o encontro de informações que realmente interessam ao usuário, pelo menos em teoria. Outro ponto a se destacar é que o acesso a estas informações geram receitas advindas de anúncios online. Essa personalização e filtragem das informações possui um custo ao usuário, que cede as empresas dados sobre a sua vida, esses usados para traçar estratégias comerciais. Pariser (2012, p. 10) ainda diz que a fórmula usada por essas empresas é de que “quanto mais personalizadas forem suas ofertas de informação, mais anúncios eles conseguirão vender e maior será a chance de que você compre os produtos oferecidos”.

Mesmo com os problemas que as novas TICs apresentam, os números acerca delas fizeram com que essas tecnologias fossem cogitadas por estudiosos como instrumento para propiciar o desenvolvimento, o crescimento econômico, a melhoria das condições sociais e a inclusão. Todavia, as tecnologias não podem ser consideradas a única saída para a organização, mobilização e informação de uma comunidade. López et al (2011) ressaltam que as TICs somente serão verdadeiros instrumentos para o desenvolvimento quando houver políticas que assegurem a igualdade de oportunidades. Até que isso ocorra, elas fomentarão o desenvolvimento de uma parcela da população enquanto marginalizam a parcela que não possui condições privilegiadas.

De acordo com Avgerou (2003), desde o surgimento do computador, a oportunidade de uso das tecnologias para o desenvolvimento tem sido discutida e

“existe a preocupação de que os países em desenvolvimento estejam privados das oportunidades de crescimento econômico e de melhoria de vida geralmente apreciada por economias avançadas, devido à escassez de TIC, especialmente a conectividade limitada da Internet” (AVGEROU, 2003, p.2). Essa limitação em relação à possibilidade de utilização da internet está presente no Brasil, uma vez que 46% da população ainda não possui acesso, de acordo com a Pesquisa TICs Domicílios 2016, (CETIC.BR, 2017). A falta de conexão não atinge apenas as regiões remotas, ela está presente também em grandes cidades, principalmente nas favelas. Na Figura 2 é possível conhecer os principais motivos para a falta de internet no país.

Figura 2 – Domicílios sem acesso à internet, por principal motivo para a falta de internet



Fonte: Cetic.br, TIC Domicílios 2016 (2017).

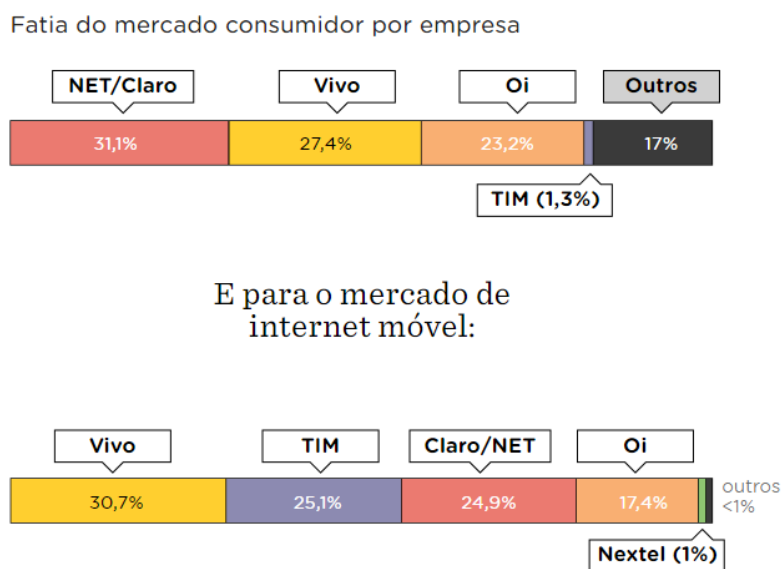
O valor dos serviços de conexão é o motivo mais citado (26%), o que demonstra que o serviço ainda é muito caro para uma significativa parcela da população, o que acarreta na falta de internet para 85% da população das classes D e E (NEXO JORNAL, 2017).

Outro fator importante para a falta de acesso à internet é a ausência da infraestrutura necessária. Mais uma vez, esse fato não ocorre apenas nas regiões mais isoladas do país. As favelas e periferias das grandes cidades, apesar de estarem próximas aos serviços, às vezes não possuem a oferta tradicional de provedores de internet. De acordo com dados do Nexo Jornal (2017), em um especial produzido pela Escola de Jornalismo Énois e data_labe, apenas uma pequena parte do Complexo de

Favelas da Maré, no Rio de Janeiro, conta com um serviço de conexão tradicional, o que deixa grande parte da comunidade subconectada e tendo que recorrer aos planos de internet móvel ou conexão clandestina, o chamado “gato”. Problema parecido se repete na favela de Paraisópolis, em São Paulo, onde apenas uma das grandes empresas de telecomunicação está presente.

A falta de opção em relação à escolha do provedor de internet é outro problema existente no país. Atualmente quatro grandes empresas controlam o mercado, a porcentagem da fatia de mercado de cada uma delas pode ser conferida na Figura 3.

Figura 3 – Mercado de Internet no Brasil



Fonte: Nexo Jornal (2017)

Essa concentração na prestação de serviço impacta negativamente tanto o preço quanto a questão da instalação de infraestrutura em locais de difícil acesso ou considerados não interessantes para essas empresas, uma vez que não há competição no mercado.

Essa desigualdade de acesso e de capacidade de utilização que existe entre os países desenvolvidos e os em desenvolvimento é discutida na literatura como *gap* digital, por autores como Van Dijk, Heeks, Avegrou, entre outros. Esse *gap* é resultado de diferentes recursos socioeconômicos, cognitivos e culturais. Há duas correntes de pensamento em relação a essa divisão digital, a de que o *gap* está desaparecendo e a abordagem diferenciada emergente, que defende que há ciclos dinâmicos e que se os *gaps* se fecham em um estágio, se abrem em outro (PETER; VALKENBURG, 2006).

De acordo com Covi (2002), o *gap* digital tem pelo menos três dimensões: a tecnológica, de conhecimento e de participação. A dimensão tecnológica diz respeito à infraestrutura necessária para uma sociedade da informação e do conhecimento; a dimensão de conhecimento refere-se às habilidades que os indivíduos devem ter para se apropriarem das ferramentas tecnológicas e conseguirem utilizá-las nas suas práticas e cotidianas; e a dimensão de participação está ligada aos recursos que podem ser utilizados para que indivíduos e nações tenham oportunidades iguais de demonstrar, participar e intervir nas decisões globais da sociedade.

Outro problema existente quando falamos do uso da internet para melhorar a comunicação e a qualidade de vida das pessoas em comunidades, é a falta de aproveitamento desse potencial, mesmo por quem possui conhecimento sobre as novas tecnologias de informação e comunicação (MELO, 2002). Ramalho (2015) também fala sobre a dificuldade de exploração do potencial das novas TICs. Para ele, os novos usuários têm dificuldade de enxergar essas tecnologias para a busca de informações relevantes que possibilitem a transformação da realidade local e a solução dos problemas comunitários, ficando na zona de conforto de consumidores de conteúdo midiático.

Para que essa realidade mude é importante que haja a alfabetização midiática e informacional (AMI) da população, uma vez que, de acordo a UNESCO (2017), “o empoderamento de pessoas por meio da Alfabetização Midiática e Informacional é um pré-requisito importante para promover o acesso igualitário à informação e ao conhecimento e os sistemas de mídia e informação livres, independentes e plurais”. Com a AMI é possível que as pessoas tenham olhar crítico sobre as informações e os meios de divulgação.

Considerações finais

As mudanças provocadas pelas novas tecnologias de informação e comunicação, em especial pela internet, provocaram mudanças significativas no cotidiano de toda a população. A forma das pessoas de comunicarem, de escreverem, de compartilharem notícias mudou. Nesse cenário não é possível que as iniciativas de comunicação de comunidades periféricas ignorem as novas possibilidades proporcionadas por esse meio.

Uma análise dos prós e dos contras da internet como meio de transmissão de informações em comunidades periféricas, permite perceber que apesar das dificuldades que ainda existem para que todo o potencial desse meio seja aproveitado pelas iniciativas de comunicação em locais periféricos, é inviável que essa ferramenta seja ignorada, uma vez que seu crescimento segue constante.

Para que os contras da internet sejam minimizados é importante que esses problemas sejam discutidos, que sejam exigidas políticas públicas de acessibilidade à internet, que haja uma maior e melhor oferta de serviços de conexão e que aconteça a alfabetização midiática e informacional da população, para que as pessoas consigam não apenas o acesso à informação, mas também tenham a capacidade de avaliação e do uso ético dessa informação, a capacidade de compreensão das funções da mídia, para que consigam avaliar como essas funções são desempenhadas e, assim, possam engajar-se racionalmente junto às mídias.

REFERÊNCIAS

AVGEROU, C. The link between ICT and economic growth in the discourse of development. **LSE Research Online** 2003.

CASTELLS, M. **Sociedade em rede**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br). **Pesquisa TICs Domicílios 2015**. Disponível em: http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM. Acesso em: 02 nov 2016.

_____. **Pesquisa TICs Domicílios 2016**. Disponível em: http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM. Acesso em: 15 nov 2017.

COMSCORE. **Futuro Digital em Foco Brasil 2015**. 2015. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/layout/set/popup/Request/Presentations/2015/2015-Global-Digital-Future-in-Focus>. Acesso em: 15 out 2016.

CROVI, D. Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la esperanza. In: **Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales**, 185, Año XLV. 2002.

ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: **Journal of Computer-mediated Communication**. Volume 13, October 2007. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>. Acesso em: 03 nov 2016.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **27ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas**. 2016. Disponível em: <http://eaesp.fgvsp.br/sites/eaesp.fgvsp.br/files/pesti2016gvciappt.pdf>. Acesso em: 25 out 2016.

GONÇALVES, M.; PERISSÉ, C.; MELO, R. S. A notícia por quem vive: o que fala um jornal comunitário na Cidade de Deus. In: **IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã**, Curitiba, PR, UFPR, 2013. Disponível em: <http://www.midiacidada.ufpr.br/wp-content/uploads/2013/09/A-not%C3%ADcia-por-quem-vive-o-que-fala-um-jornal-comunit%C3%A1rio-na-Cidade-de-Deus.pdf>. Acesso em: 08 nov 2017.

IBOPE Inteligência. **Pesquisa CONECTAi Express**. 2015. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/WhatsApp-e-o-aplicativo-mais-usado-pelos-internautas-brasileiros.aspx>. Acesso em: 18 set 2016.

INSTITUTO REUTERS DE ESTUDOS SOBRE JORNALISMO. Digital News Report 2016. Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/>. Acesso em: 10 fev 2017.

LÓPEZ, B. C. et al. **Enrédate. Tecnologías Comunitarias. Réplica de un proyecto sobre apropiación de las TIC en sectores marginados**. In: PERUZZO, C. M. K.; TUFTE, T.; CASANOVA, J. V. (eds). Trazos de una otra Comunicación en América Latina: practicas comunitárias, teorías y demandas sociales. ALAIC y Ediciones Uninorte, Barranquilla, Colombia. 2011.

MALINI, F.; ANTOUN, H. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013

MELO, L. M. de. Novas tecnologias e comunicação comunitária. In: **Lumina**, Juiz de Fora, Facom/UFJF, v. 5, n. 1, jan./jun. 2002.

MORAES, D. **O Ativismo Digital**. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>. Acesso em 01 de maio de 2016.

NEXO JORNAL. **Conexão Quebrada**, por Escola de Jornalismo Énois e data_labe, 29 de novembro de 2017, Especial. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/especial/2017/11/29/Conex%C3%A3o-Quebrada>. Acesso em: 29 nov 2017.

NÓRA, Gabriela; PAIVA, Raquel. **"Comunidade e Humanismo prático: a representação da periferia no Rio de Janeiro"**. In: **Comunidade e Contra-hegemonia: Rotas de comunicação alternativa**. Rio de Janeiro: Mauad X; FAPERJ, 2008.

Observatório de favelas. **Direito à comunicação e justiça racial**. - Rio de Janeiro, 2014.

PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. 2012. Rio de Janeiro, Brazil: Zahar.

PAULINO, F. O. et al. **Projeto Dissonante: Comunicação Comunitária pela internet**. In: PERUZZO, C. M. K.; TUFTE, T.; CASANOVA, J. V. (eds). Trazos de una otra Comunicación en América Latina: practicas comunitárias, teorías y demandas sociales. ALAIC y Ediciones Uninorte, Barranquilla, Colombia. 2011.

PETER, J.; VALKENBURG, P. M. Adolescents' internet use: Testing the "disappearing digital divide" versus the "emerging digital differentiation" approach. **Poetics**, volume 34, Issues 4–5, August–October 2006.

PRIMO, A ; TRÄSEL, M. R. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. In: **Contracampo**, Niteroi, RJ, UFF, 2006.

RAMALHO, L.F. Comunicação Comunitária, Internet e Novas Tecnologias: Um Caminho Possível. In: **X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã**, Bauru, SP, Unesp, 2015. Disponível em: <http://www.unicentro.br/redemc/2015/anais/DT4/DT4-2.pdf>. Acesso em: 28 out 2016.

RAMOS, P. É. G. T.; RAMOS, M. C. S. Whatsapp: comunicação, ubiquidade e minimalismo. **XIII Evidosol E X Ciltec-Online**. 2016

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. "Deu no Twitter, alguém confirma?" Funções do jornalismo na era das redes sociais. 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro, novembro de 2011.

UNESCO. **Alfabetização midiática e informacional (AMI)**. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/communication-and-information/access-to-knowledge/media-and-information-literacy/>. Acesso em: 25 out 2017.