

Sociedades de conhecimento para todos: estratégias de mídia e comunicação*

Fatma Alloo

Tradução de Fernando Kuhn

Resumo

O artigo discute os desafios apresentados pelas sociedades do conhecimento sob uma perspectiva africana, baseada no contexto de Zanzibar. A importância do acesso às tecnologias de informação e comunicação (TIC) e o valor da informação para a população local, a predominância de temas como conteúdo, alfabetização, língua e usabilidade, bem como a necessidade de regulamentações governamentais e investimento em infra-estrutura. Oferece exemplos de como a sociedade civil tem conseguido favorecer o processo de empoderamento e enfatiza que o poder do conhecimento e a tecnologia usada em sua disseminação por meio da mídia deve ser desmitificado.

Abstract

The article discusses, from an African perspective, based on the Zanzibarian context, the challenges presented by the knowledge societies. The importance of access to information and communication technologies (ICT) and the value of information to local people, the predominance of issues like content, literacy, language and usability, the necessity of government regulation and investments in infrastructure as well. It offers examples of how civil society is enabling a process of empowerment, and emphasises that the power of knowledge and the technologies used in dissemination of this knowledge through the media must be demystified.

* Discurso de abertura da conferência de 2006 da International Association of Media and Communication Research (IAMCR), no Cairo.

Resumen

El artículo discute, desde una perspectiva africana basada en el contexto de Zanzibar, los retos presentados por las sociedades del conocimiento. La importancia del acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y el valor de la infomación para la población local, la predominancia de temas como contenido, alfabetización, lengua y usabilidad, así como la necesidad de regulaciones gubernamentales y inversiones en infraestructura. Ofrece ejemplos de como la sociedad civil viene consiguiendo favorecer al proceso de empoderamiento y acentua que el poder del conocimiento y la tecnología empleada para su difusión por los medios tiene que ser desmitificada.

A África tem sido retratada pela mídia como sendo pobre e desprovida de poder. Mas a mídia tem um papel a desempenhar no processo de empoderamento. Ela pode tornar as pessoas capazes de desafiar as forças dominantes e questionar o caminho que estão seguindo. A tecnologia da informação pode ser usada para destruir o mito de “pobre e sem poder”. Pode também mobilizar uma comunidade para o empoderamento e a mudança social.

No místico Zanzibar¹, de onde venho, encontramos segundo a imagem midiática popular uma romântica ilhota sonolenta onde *dhows*² freqüentam a costa, uma próspera comunidade mercante do Oceano Índico floresce e o tempo não passa. Segundo a lenda, quando se tocava uma flauta em Zanzibar, dançava-se até as praias do lago Vitória³. Zanzibar possuía então uma economia marítima, sem o uso da tecnologia como a conhecemos hoje. A globalização então funcionava com sua própria diversidade cultural e se desen-

¹ O arquipélago de Zanzibar integra atualmente a Tanzânia, e uma de suas ilhas, Unguja, também é chamada de Zanzibar, a exemplo de sua capital, que é também a capital do arquipélago (NT).

² Barcos de mastro e vela, típicos da região (NT).

³ O lago Vitória está localizado na parte central do continente africano. Uma variante do ditado diz: “quando a flauta toca em Zanzibar, toda a África dança” (NT).

volviam com a sociedade embasada no conhecimento dos povos, com seus próprios canais de comunicação.

Como povos, não estamos destinados por natureza a ser opulentos ou despossuídos. A terra foi criada para que vivamos nela e nos nutramos de seus frutos através de nosso trabalho. A natureza não teve a intenção de que fôssemos de um lado pessoas com dinheiro e propriedades e de outro pessoas que dispõem apenas de seu trabalho.

Antes de discutirmos estratégias de mídia e comunicação para a elevação do conhecimento, e esta conferência está apropriadamente acontecendo na esteira da WSIS⁴, vamos primeiro discutir um tema fundamental – que é a **equidade de acesso**. Presentemente, estamos diante da questão da barreira digital. Dentro de nossas fronteiras nacionais temos aqueles que têm acesso à tecnologia e aqueles que não podem acessá-la por não possuírem o poder do capital. Então temos o Norte e o Sul. Há uma fenda, e ela se manifesta na forma de uma divisa digital dentro do sistema de comunicação que temos atualmente.

Começamos pela premissa e suposição de que a Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) tem o potencial para incrementar enormemente a edificação de uma sociedade do conhecimento. Uma vez de acordo com tal suposição, vamos ver como aumentar e promover o uso da TIC para tal finalidade.

As pessoas geralmente estão famintas por informação e querem se comunicar – é uma curiosidade que transcende todas as raças, classes sociais e culturas. Estórias imemoriais vêm sendo contadas ao longo do tempo sobre “a terra distante”. A mais famosa de todas elas em nossa região é *Alif Leila u Leila* (As mil e uma noites). Ela traz mitologias da “terra distante” e imaginações do desconhecido. Foi esta curiosidade que levou homens e mulheres à Lua e nos deu as fábulas de Ibn Batuta.

Depois tivemos a era da colonização, anunciada pelas viagens de “descobertas” de Marco Polo, David Livingstone etc. A informa-

⁴ WSIS: World Summit on Information Society. Em português, Cúpula Mundial sobre Sociedade da Informação (NT).

ção desta era foi transmitida de forma planejada e dirigida, de modo a assegurar que o colonizador e o colonizado conservassem a estrutura do poder intocada. A informação tem sido sempre administrada como uma fonte de poder e controle na formação de nosso pensar.

É assim pertinente que criemos um ambiente favorável para a comunicação em prol do conhecimento, que por sua vez desafie o poder. O uso da TIC na mídia e na comunicação tem florescido e se espalhado como rastilho de pólvora. As TICs são usadas para a mídia, entretenimento, negócios, comunicação e quase tudo – até mesmo para encontros!

Macro-políticas que costumavam levar tempo para alcançar o Sul agora podem se colocadas na Internet e transmitidas globalmente ao toque de um botão. Estamos em uma era na qual os formuladores de políticas poderiam estar se deparando com tempos mais difíceis se as pessoas na comunidade global que estão compromissadas com uma mudança positiva se tornassem mais organizadas. Esta “cibercultura” de trocas e redes de informação, se receber investimentos, tem potencial para promover mudanças. Durante as décadas internacionais da ONU⁵, a informação através da rede teve um papel central na mobilização de forças transformadoras em questões como violência contra a mulher e direitos humanos na minha parte do globo.

A demanda por informação está lá mas o que está faltando é o “ambiente facilitador”. O que um “ambiente facilitador” significaria para um pescador em Zanzibar, por exemplo?

Para responder à questão acima, temos que olhar para o valor da informação. Além de matar uma curiosidade, que **valor** tem a informação para ele/ela? Isto está acima do elemento custo. Por exemplo, quando os telefones celulares chegaram à Tanzânia, analistas acharam que esse ramo não iria prosperar devido ao limitado poder de compra da população. O custo de US\$ 0,50 por chamada – na época –, era caro demais comparado ao salário mínimo de

⁵ A celebração das décadas internacionais instituídas pela Organização das Nações Unidas tem como objetivo reforçar a cooperação internacional, tendo em vista solucionar problemas globais (NT).

US\$ 40 por mês. Não poderiam estar mais longe da realidade. Atualmente, temos 3,8 milhões de usuários de celular em uma população de 35 milhões, mais de 10% da população possuindo telefone celular. É porque ele traz **valor** a suas vidas. Uma chamada ao custo de US\$ 0,50, por exemplo, pode economizar uma viagem à cidade ao custo de US\$ 5. Portanto, se há alguma TIC disponível, a informação que ele proporciona deve ser **valiosa**.

O determinante para que a informação seja **valiosa** é o conteúdo. O conteúdo varia segundo diferentes interesses. Por exemplo, a Associação Tanzaniana de Mulheres na Mídia (TANWA) valeu-se do conteúdo gerado durante a Década das Nações Unidas para acessar informação, que foi traduzida e utilizada na mobilização da sociedade para a questão da violência contra a mulher, como também fizeram as associações voltadas aos direitos humanos. **Conteúdo** passou a ser uma força motriz primária para estas organizações investirem em tecnologias que lhes permitiriam acessar informação na velocidade que desejavam. Isto, por sua vez, no caso da Tanzânia, se tornou um catalisador para que outras organizações não-governamentais emergentes no início dos anos 90 investissem em TICs. Foi quando organizações incipientes precisaram de resoluções apoiadas internacionalmente para mobilizar assuntos nacionais.

A situação é diferente agora, uma vez que organizações da sociedade civil emergiram com identidades definidas e assuntos em torno dos quais se mobilizar. A ausência de conteúdo local é o tema atual. Eu diria que 97% da informação acessada na Tanzânia atualmente é de natureza estrangeira. Este é o desafio para organizações e pessoas que acreditam na equidade como uma questão na sociedade.

Quando a África do Sul teve contra si um embargo imposto pela comunidade internacional, o acesso à internet global era muito caro. Como resultado, e devido ao incentivo das autoridades, uma internet “sul-africana” desenvolveu-se de modo impressionante e abrigou a maior parte da informação acessada pela população do país. Isso quer dizer que a informação é feita para o consumo local e, portanto, relevante, e o custo da conectividade cai porque a conexão com a internet global é mínima. Tanto, que mesmo na era pós-apartheid, a maioria dos provedores de acesso à

internet da África do Sul têm uma estrutura de tarifas com custos diferentes para as larguras de banda local e internacional.

A outra questão à qual devemos dedicar atenção envolve nível de instrução, idioma e usabilidade.

O telefone celular se desenvolveu porque todos sabiam como falar e não precisavam falar um determinado idioma. A expansão das TICs para mídia e comunicação depende muito do grau de instrução das pessoas que irão acessar a informação.

Um nível mais alto de instrução é necessário, mas isto não quer dizer que os leitores deverão como pré-requisito ser plenamente instruídos. Há um projeto de telecentro na Índia destinado às pessoas com níveis muito baixos de instrução, que se baseia em grande parte na função apontar-e-clicar e usa extensamente gráficos e funções sonoras. São maneiras de tornar o acesso disponível de um modo mais abrangente, bem como de construir um ponto de partida para o auto-aprendizado.

As TICs são usualmente centradas em texto. Ler texto significa que, além de ser capaz de ler, você precisa ser capaz de ler na língua em que a informação está. Entre a comunidade global de pessoas de Zanzibar, há um website onde provérbios no idioma suaile são criados e trocados. Isso começou com um indivíduo que colocou na web o modelo mais recente de uma canga (tradicional roupa local) de modo a criar um mercado para a sua loja.

A canga é um traje cultural usado na costa oeste da África por mulheres e homens no dia a dia, do berço ao túmulo. É uma forma de comunicação tradicional que as mulheres usam em uma cultura de silêncio. Cada canga tem um dito filosófico da cultura suaile. Os ditados expostos na roupa são enérgicos, sugestivos, mordazes ou reflexivos, dependendo do estado de espírito da mulher que estiver usando a canga. Uma canga com a frase *Karibu wangu muhibu* (Bem-vindo meu amor) comunica um forte encorajamento moral a qualquer um, sem falar no homem para quem a roupa está sendo usada. Ou um homem pode dar uma canga a sua esposa quando do nascimento de um filho, com os dizeres *titi la mama ni tamu* (o leite da mãe é o melhor). Assim fazendo, ele retrata seu sentimento de que gostaria que sua esposa amamentasse, mas ele só pode expressar um sentimento, e não uma reivindicação.

Mas mensagens na canga também podem ser bastante afiadas, como *nyuki mkali kwa asali yake* (a abelha guarda ferozmente seu mel). Uma mensagem com um aviso forte de uma mulher usando a canga de outra mulher, que ela suspeita estar se divertindo com seu marido. Uma resposta estampada em canga pela namorada poderia ser: *na tule asal tumwache nyuki na ukali wake* (vamos apreciar o mel e deixar a abelha com o seu ferrão!).

Aqueles que acessaram o website muito cedo começaram a debater sobre as inscrições da canga e daí surgiu um criativo fórum de novos provérbios, os quais poderiam ser utilizados na próxima produção de cangas. Fabricantes começaram a visitar o site e a recolher de graça seus provérbios para imprimir no próximo modelo de canga, e isso foi gerado por consumidores do produto! O ciberespaço ofereceu a oportunidade para uma vibrante comunidade cultural construir sua fortuna criativa de dizeres e debates em suaíle, globalmente através do acesso à Internet.

Uma outra grande consideração é o custo do acesso. Custo de acesso se refere ao custo da largura de banda. Na Tanzânia, um megabyte (compartilhado) de largura de banda custa uma média de US\$ 3.000 por mês, enquanto nos Estados Unidos o mesmo custaria US\$ 50 dólares a um usuário doméstico. Como resultado, o custo da largura de banda é muito mais alto e a qualidade do serviço – que é a velocidade – é muito mais baixa, uma vez que os provedores de acesso à internet, em um esforço para sobreviver, reúnem usuários no mesmo “*pool*” de largura de banda, o que resulta em congestionamento.

Atualmente, uma iniciativa capaz de responder a essa situação na Tanzânia é a AfyaNet-healthnet. O conceito é a criação da AfyaNet como um facilitador para a oferta de serviços envolvendo instalações e projetos de saúde. Isto permitiria a um “consórcio” de usuários adquirir largura de banda coletivamente e ainda participar de um *pool* maior de largura de banda que estivesse disponível. Assim, estariam habilitados a receber o serviço a uma taxa muito mais barata, serviço este muito mais proveitoso e apropriado aos objetivos gerais do projeto do que aquele atualmente disponível no mercado.

A AfyaNet, como um grupo, representará seus próprios membros e será um bloco de usuários para negociar a compra de largura

de banda junto a provedores comerciais. Mais ainda, produzirá um eixo em torno do qual os membros poderão trocar conhecimento, e uma rede em muitos outros aspectos que ultrapassam meras questões de conectividade. Formará também o núcleo de inovação para diferentes TICs que podem ser pesquisadas e desenvolvidas entre seus membros. Ou seja, não apenas visando a questão do custo, mas criando uma “sociedade do conhecimento” em torno da qual haverá benefícios mútuos para todos. “Na unidade existe força”, é a mensagem deste projeto.

Enquanto a maioria dos usuários no Ocidente possui o luxo de um computador pessoal e uma conexão de banda larga em sua casa, um pescador em Zanzibar não dispõe dos meios para isso. No entanto, cibercafés agora são um fenômeno comum nas áreas remotas da Tanzânia, por exemplo. A importante questão que surge é como são atendidas as necessidades da comunidade e quem é a comunidade?

Em todos os meus anos de experiência em mídia e sociedade civil, passei a ver a comunidade como uma força contemporânea de transformação social que abala o *status quo*. O elemento crucial é o fato de que a informação seja usada como uma ferramenta para melhorar a vida das pessoas. O que também é crucial é que a participação de pessoas diferentes em comunidades deveria proporcionar um sistema criativo de mudança que melhorasse os meios de vida de todos, e não apenas dos “que têm”. Este é um desafio com que nos deparamos na esfera global da cibercultura que muitos grupos estão tentando construir.

O importante então é que a sociedade civil, em sua busca pela construção de um ambiente facilitador para grupos comunitários e povos como um todo, se empenhe em políticas que encorajem a oferta de um acesso mais fácil e barato. O barateamento do acesso à Internet assume assim uma importância fundamental.

Em nossa busca enquanto organizações da sociedade civil voltadas à construção de uma sociedade baseada no conhecimento para todos, temos de estar diariamente atentos às estratégias de mídia e comunicação, que são:

1. Barateamento do custo internacional da largura de banda: o uso comum e a construção de sociedades do conhecimento como no caso da AfyaNet – Tanzânia.

2. Infra-estrutura local

- Tentar influenciar o governo a investir em infra-estrutura como este faria com estradas, eletricidade e água. Transformar as TICs em “utilidade pública”.

- Além disso, tentar influenciar os governos a ter uma participação ativa na promoção ou viabilização de adesões a iniciativas de barateamento da conectividade internacional, de modo a reduzir preços para o usuário final. Uma iniciativa como a do Sistema de Cabos Submarinos da África Oriental⁶, que vai conectar Djibuti à África do Sul e a todos os países da costa oriental da África.

3. Regulamentação governamental

- Tentar influenciar o governo a ter uma regulamentação que promova o crescimento da produção e hospedagem de informação LOCAL, e se manter flexível quanto à autonomia dos provedores escolherem as melhores opções de conectividade internacional.

- Promover o **acesso aberto**. Isto permitirá a grandes e pequenos atores obter acesso à conectividade e ao serviço sem restrições. Tal atitude interrompe um modelo de negócios monopolístico e excludente, que é prejudicial ao desenvolvimento da TIC no terceiro mundo. Um caso que pode ser apontado é a construção do serviço de cabo SAT-3 na África Ocidental. Os signatários deste serviço eram operadores de telecomunicação, que deveriam agir no melhor interesse de seus compatriotas. Em vez disso, as tarifas se mantiveram restritivamente altas e a participação ficou limitada aos “membros do clube”. Como resultado, a existência de um ponto de chegada de fibra ótica num país foi, na melhor das hipóteses, irrelevante. Apenas agora é que começaram as discussões para tornar aquele serviço de cabo mais “amigável ao povo”.

4. A informação precisa ser valiosa

- A geração e a hospedagem de informação local como um meio de criar um ambiente favorável a que as pessoas disponibilizem informação que é relevante para elas próprias. Por exemplo,

⁶Em inglês, EASSy: East African Submarine System Cable (NT).

se um filho ou filha de um pescador com acesso a um site de hospedagem gratuita resolve colocar e atualizar informações relacionadas com a pesca (como correntes marinhas, condições climáticas e padrões migratórios dos peixes), em pouco tempo todos os pescadores estarão atrás destas informações. Similarmente, uma agência local de pesca pode fazer o mesmo, como um serviço e para a própria administração das pescas.

- Favorecer o comércio na Internet – o *e-commerce* do qual dei o exemplo da canga na costa leste da Tanzânia, usada globalmente em cada ocasião social como um símbolo cultural, para a comunidade na costa oriental da África e para onde sua diáspora alcança, criando assim um mercado.

5. Instrução, língua e uso-habilidade

- Na parte norte de Zanzibar há um grupo de jovens que por hobby e paixão mantém uma criação de tartarugas, que são uma espécie ameaçada de extinção. O “projeto tartaruga” nasceu quando estes jovens descobriram a internet, na qual aprenderam como alimentar tais animais e em qual ambiente eles se desenvolvem melhor. As informações foram traduzidas para suaíle e agora estão sendo usadas como uma ferramenta educacional para crianças da escola. Um grupo local de mulheres na costa leste da ilha fornece algas marinhas ao projeto, com que as tartarugas são alimentadas. A língua aqui foi um fator crucial além do acesso, oferecido por uma ONG (da qual fui diretora executiva) para habilitar este grupo a aumentar sua capacidade para desenvolver uma iniciativa ambientalmente segura e sustentável dentro da comunidade.

Conclusão

Para se criar uma sociedade do conhecimento através do uso de estratégias de mídia e comunicação, é necessário embutir o seu desenvolvimento no conhecimento de tal sociedade. Para se oportunizar sua acessibilidade é fundamental mobilizar a sociedade civil para pressionar seu governo em questões como o modelo de acesso aberto que ambiciona romper a divisa digital.

O novo discurso que emerge em torno de sistemas de informação e comunicação no movimento da sociedade civil é orientado pela ação em vez de baseado na análise. Jornais online como o *Pambazuka* e *Associate Progressive Commerce* (APC), para mencionar alguns poucos, são todos virtuais e têm tido um impacto na sociedade civil para a criação de conhecimento em temas de estratégias comunicacionais em nossa parte do globo.

Mulheres e jovens têm sido capazes de se tornar parte dos atores visíveis do discurso, como fonte e consumidores de informação, não apenas por dentro como também por fora. Esse é um fórum que permite à sociedade civil um espaço para expressar seus sonhos e habilidades em formas que, ao invés de limitadas e únicas, são não-censuradas e diversas.

Tecnologia e infra-estrutura são as bases do processo de empoderamento nas sociedades. Apoderar efetivamente através das TICs para o benefício da sociedade civil é um desafio que precisamos enfrentar. A produção de conhecimento local par a par com o conhecimento dominante é crucial nesse processo de transformação positiva. O e-engajamento requer a desmistificação do poder do conhecimento e das tecnologias usadas na disseminação deste conhecimento através da mídia.

Referências

ALLOO, F. Can the internet empower women?, *Curior*, 1998.

_____. Using Information technology as a mobilizing force: The case of the Tanzânia Media Women Association (TAMWA), in MITTER, Swasti; ROWBOTHAM, Sheila: **Women encounter technology: changing patterns of employment in the third world**, 1995, pp.303-313.

HEEKS, R., Success and Improvisation of Information Systems Projects, in Developing Countries, **Development Informatics Working Paper Series Paper**, n.11, Institute for Development Policy and Management, University of Manchester, Jan. 2002.

MAOULIDI, S., **ICT challenges and opportunities in realizing social justice for women**, 2005.

SHERIFF,S. **The internet and equity of access in Zanzibar**, 2001, Cornell Univ. MPS thesis.

_____. **Rural IP Connectivity in Tanzania**: Options and Challenges, IICD study by Information and Communication Technology Resource Centre (ICT-RC) ,May 2006.

_____. **AfyaNet Tanzania**, Laiki Project, April 2006.

VAN DER VELDEN, M. **Hunger and information Society**: A case for cognitive justice at the WSIS 2003, www.globalagenda.org/cognitive/justicewsis.