

INTERNET, DEMANDAS CULTURALES Y MINORÍAS EN BRASIL: RESISTENCIA Y VOZ ACTIVA EN *INDIOS ONLINE* Y *CENTRAL HIP HOP*

Verbena Córdula Almeida

Brasil

Univerisdad Estatal de Santa Cruz

profverbenacordula@gmail.com



Doctora en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid y Licenciada en Historia de la Universidad Estadual de Feira de Santana, Bahia, Brasil. Profesora Adjunta de las Cátedras “Comunicación y Realidad Brasileña” y tros “Comunicación y Realidad Regional” del Curso de Comunicación Social de la Univerisdad Estatal de Santa Cruz - UESC - Ilhéus, Bahhia, Brasil. Es autora del libro “Prensa y Propaganda en la Emancipación Hispanoamericana, además de diversos artículos como “El desafío de Lula frente a los medios de comunicación de Brasil” (Revista de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid), “Comunicación y Posmodernidad: parámetros para reflexión” (Biblioteca online de Ciencias de la Comuncación – Portugal) y “El derecho a la información y los nuevos paradigmas de la comunicación de masa” (Diálogos de la Comunicación).

Resumen

El presente artículo aborda la apropiación de Internet como instrumento capaz de mediatizar la voz de las minorías. Toma como objeto de estudio los sitios Web brasileños *Indios Online* y *Central Hip Hop*, y presenta una reflexión sobre la importancia estratégica de la red como canal de expresión política y cultural de grupos e individuos excluidos de los grandes medios. Parte de la discusión sobre globalización y diversidad cultural a través del teórico brasileño Milton Santos, para quien las transformaciones advindas del mundo globalizado no minimizan las diferencias, sino que acentúan la diversidad y, consecuentemente, la búsqueda por política. En este sentido, a partir de contenidos presentes en los dos sitios Web objeto del estudio, el artículo cuestiona el anacronismo de los *mass media* tradicionales y refuerza la necesidad de tornar cada vez mas efectiva, por parte de las minorías, su capacidad de mediación a través de las herramientas disponibles a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Palabras-clave

Internet, Mediación, Minorías, Voz activa

Abstract

This paper focuses on the appropriation of the Internet as an instrument for the voice of minorities. In this report, we have studied two Brazilian websites; *Indios Online* and *Central Hip Hop* and show a reflection on the strategic importance of the network as a channel of political expression and cultural groups and individuals excluded from the mainstream media. We started the discussion on globalization and cultural diversity, through the Brazilian theorist Milton Santos, for whom the changes in the globalized world not minimize the differences, but emphasize the diversity and, consequently, the search policy. This work questions the traditional mass policies and suggest that minorities have to improve the ability to use communicational news technologies.

Key words

Internet, Mediation, Minorities, Voice activated

Resumo

Este artigo reflete acerca da Internet como instrumento capaz de mediar a voz das monorias. Toma como objeto de estudo dois sítios Web brasileiros – *Indios Online* e *Central Hip Hop* – e apresenta uma reflexão acerca da importância estratégica da rede como canal de expressão política e cultural de grupos e indivíduos excluídos da chamada grande mídia. Parte da discussão

sobre globalização e diversidade cultural através do teórico brasileiro Milton Santos, para quem as transformações advindas do mundo globalizado não minimizaram as diferenças, pelo contrário, acentuaram a diversidade e, conseqüentemente, a busca por política. Neste sentido, a partir de conteúdos presentes nos dois sítios Web objetos deste estudo, o artigo questiona o anacronismo dos *mass media* tradicionais e reforça a necessidade de tornar cada vez mais efetiva, por parte das minorias, sua capacidade de mediação através das ferramentas disponibilizadas a partir do desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação.

Palavras-chave

Internet, Mediação, Minorias, Voz ativa

1. Cotidiano, diversidad y producción de cultura

En su obra *A Natureza do Espaço*, el geógrafo Milton Santos afirma que el cotidiano implica una búsqueda por la política que resulte en una convergencia de múltiples intereses. Para este estudioso, la vida cotidiana abarca varias temporalidades que se sitúan en amplios espacios, lo que viabiliza la búsqueda por una vivencia compartida y solidaria. De acuerdo con Santos, aunque la globalización anuncie una homogenización empobrecedora del mundo, la vida cotidiana demuestra lo contrario, es decir, la diversidad.

Considerando esa diversidad, la comunicación necesita ser comprendida como un punto de cruce entre distintas realidades porque, según Milton Santos en su obra *Por uma Outra Globalização*, las ideas de mundo pueden fructificar proporcionalmente a las diferencias existentes entre las personas. Por ello, una reflexión sobre su práctica no debe ser restricta a una ciencia en particular sino a través de varias, es decir, la antropología social, la sociología, la lingüística, la pedagogía, entre otras. Así, es imprescindible reflexionar sobre la comunicación como lenguaje, como construcción de los sujetos históricos en las variadas direcciones, desde la política, la economía, la cultura, etcétera.

No obstante las cuestiones señaladas anteriormente, este trabajo pretende abordar la apropiación de Internet por grupos sociales excluidos de los llamados *mass media* brasileños. El estudio se basa en la observación de dos sitios Web: *Indios Online* y *Central Hip Hop*. La elección de nuestros objetos de estudio se dio por ser iniciativas de dos grupos sociales representados, en

general, de manera estereotipada por los medios tradicionales y que por lo tanto, podrán fundamentar la tesis de que Internet representa para ciertos grupos sociales la alternativa tangible de comunicabilidad y de visibilidad de sus demandas, en contraposición con la tendencia de los *mass media*, de mantener una comunicación que no da espacio a la diversidad.

De acuerdo con Raymond Williams en su obra *Cultura y Sociedad*, la complejidad de la cultura no es encontrada solamente en sus procesos concretos y definiciones sociales – tradiciones, instituciones – sino también en las interrelaciones dinámicas de elementos históricamente variados y mutantes. Advierte sobre la necesidad de mirar más profundamente a los elementos de nuestra convivencia para poder ampliar nuestra visión respecto a esa temática. Considerando las ponderaciones de Williams, es imprescindible considerar como validas e importantes todas las manifestaciones culturales. Williams critica, entre otras cuestiones, la separación entre la cultura y la sociedad.

Vale considerar que los sujetos de las sociedades contemporáneas, o posmodernas como se quiera conceptualizar, son fluidos, descentrados, interaccionistas, constructores de identidades, construcciones que se darán en la medida que éstos conozcan e incorporen modelos que encuentren socialmente. En función de eso, el trato con el patrimonio construido por los sujetos, incluyendo el cultural en su sentido más amplio, debe ser comprendido de manera compleja; se debe dar respetando la diversidad de su universo, su hibridez construida a partir de las diversas formas de interacción, de comunicación, de producción de cultura.

Dominique Wolton (2007) advierte que la reivindicación de la identidad es una “demanda de pluralismo”. Para este teórico, “No comprender lo que hay de reivindicación de las diferencias, de preservación de las singularidades [...] es, en última instancia, aceptar la unidimensionalidad modernista” (p.73). Esa mirada torna posible analizar la diversidad cultural considerando los lugares en los cuales esas culturas se inscriben, sus lenguajes y su imprescindible necesidad de reconocimiento. Edgar Morin afirma que cultura y sociedad se relacionan mutuamente y al considerar esa proximidad, no se puede olvidar de las interacciones entre los individuos, “ellos propios portadores/transmisores de cultura, que regeneran la sociedad, la cual regenera la cultura” (1998, p. 23).

Sin embargo, los *mass media*, en su mayoría, no consideran cuestiones directamente relacionadas al *modus vivendi* de ciertos grupos sociales y en sus abordajes parecen enfocarse para una visión muy particular, incapaz de apuntar para la percepción de esa diversidad. Según Elizalde (2003), “[...] la distribución cotidiana de noticias, las campañas publicitarias [...] – son las que tienen la capacidad de producir padrones culturales que pueden convertirse en parte del “sentido común” de las personas sociales [...]” (p. 133).

Los contenidos mayoritariamente disponibles en sociedades contemporáneas a través de los más variados medios tradicionales han privilegiado la lógica mercantil y buscado en gran medida unificar una lógica de pensamiento social que quita de escena o minimiza, de manera considerable, las contradicciones inherentes a los procesos de sociabilidad presentes en una gama de manifestaciones culturales (Almeida, 2009).

De acuerdo con Mattelart (2006), los grandes grupos de comunicación minimizan la diversidad cultural y no realizan esfuerzos para que esa diversidad sea tratada públicamente en el espacio mediático. García Canclini (2008), por su parte, advierte que muchas iniciativas vienen demostrando una tendencia acentuada hacia la mercantilización de la producción cultural, a la masificación del arte y de la literatura, quitando la autonomía de los campos culturales.

En este sentido, es interesante considerar una de las afirmaciones de Bauman en sus reflexiones acerca de la posmodernidad, la cual destaca que:

[...] en un mundo como el nuestro, todos los significados son sugerencias, permitiendo invitaciones al estudio y demostración, a la interpretación y reinterpretación. Ningún significado es producido explícitamente y ninguno es explicitado después de producido [...] Se puede decir que, en este nuestro mundo, los signos flotan en la búsqueda de significados y los significados se dejan llevar en la búsqueda de los signos [...].

Es imprescindible la adopción de una mirada más profunda en la dirección de varios ámbitos societarios, de modo que sea posible la percepción de una cantidad de repertorios/productos culturales construidos cotidianamente por los grupos más diversos.

Tomemos como ejemplo el *Hip Hop* brasileño. En varias localidades del país, miles de jóvenes militan en ese movimiento que, a pesar de parecer cada día más consolidado, no cuenta con el

interés de la mayoría de los medios de comunicación. Estos jóvenes, en general moradores de localidades periféricas de los grandes centros urbanos de Brasil como São Paulo, Rio de Janeiro o Salvador, por ejemplo, son organizados, producen música, artes plásticas, libros y otros bienes culturales. Son grupos que “[...] encuentran en la articulación de letras musicales, formas de vestir y prácticas diversas, un conjunto de elementos simbólicos que cohesiona, compacta al grupo y colectiviza un sentimiento [...]” (Narváez, 2007, p. 171). Sin embargo, si dependiesen de los *mass media* tradicionales sus producciones no llegarían al conocimiento del gran público.

1. Voz activa en la comunicación mediada

La solución encontrada fue usar la red como una herramienta no solamente para auxiliar en su organización, sino también para la difusión de sus producciones. El sitio *Central Hip Hop*, antes llamado *Bocada Forte*, es un gran ejemplo de cómo esos jóvenes encontraron en Internet el camino para transponer las barreras impuestas por los grandes medios. En la presentación del sitio al público, los organizadores justifican su creación y destacan: “Creemos que de esta manera estaremos rompiendo el papel de espectador(a) pasivo(a) y transformando la práctica mediática”.

Los medios nacionales actúan en el sentido de no tornar visibles y comprensibles los significados de las transformaciones que se inscriben en los ámbitos sociales y que son dotados de valiosos ingredientes culturales. Insisten en abordajes que no contemplan la diversidad. Conforme Sartorello (2005)¹:

Los grandes medios son tan equivocados [...] Ellos (del movimiento Hip Hop) son la prueba que esos medios establecidos en Brasil están fallidos, no consiguen llegar hacia los ciudadanos. Por otro camino el movimiento Hip Hop consigue llegar a una masa expresiva de personas, ese camino es Internet.

Al ignorar en sus abordajes las influencias de los nuevos ingredientes culturales en el ámbito de las relaciones societarias y en consecuencia al no reflexionar sobre ellos, ofreciendo así nuevas perspectivas a los materiales que publican, los *mass media* brasileños se configuran como anacrónicos. Ignoran la creación de nuevos lenguajes, la desconstrucción de ciertas fronteras, la ascensión de las llamadas “culturas marginales” en el contexto de las transformaciones

sociales/culturales. El movimiento Hip Hop es un ejemplo claro de esa ascensión. “Es un discurso organizado en defensa de sus condiciones de vida” (Espinheira, 2005).

Su sitio Web, *Central Hip Hop*, lo traduce muy bien. Allí se pueden encontrar informaciones sobre lanzamientos de libros, de CDS, presentaciones de artistas, cursos, actividades en general no divulgadas por los grandes medios. Por ejemplo, libros que no se encuentran en las grandes librerías del país como la obra *Da Favela para as favelas, História e experiências do Repperⁱⁱ Fiell*. El libro es de autoría del líder de la Radio Comunitaria de Santa Marta y cuenta la historia de la favela del mismo nombre desde la perspectiva de quien allí vive; el propio autor. En esta obra están presentes reflexiones sobre varios temas, como el tráfico de drogas, *Hip Hop*, ideología y una pequeña reflexión sobre la comunicación. Según consta en el sitio Web *Central Hip Hop*, el libro representa “el poder de la voz de un *favelado* que piensa”. Eso corrobora las afirmaciones de Weiviorca (2005) cuando dice que “Las diferencias culturales, en las sociedades contemporáneas, exigen ser reconocidas en el espacio público; ellas apelan a derechos culturales para sus miembros, desean, por ejemplo [...], que su literatura no sea desvalorizada [...]” (p. 293).

En ese sentido, “El *Hip Hop* se presenta como un movimiento de resistencia organizada, en forma de cursos, de concienciación social; explora también los talentos, los valores, las pluralidades artísticas de esas personas [...]” (Espinheira, 2005)ⁱⁱⁱ. Abordajes con esas perspectivas - que no están en los grandes medios -, nos hacen pensar sobre la necesidad, la importancia y el papel del periodismo en el ámbito social, principalmente por el hecho de que la comunicación se configura con fuerza cada vez mayor y efectiva cómo estratégica en los campos social, político y cultural. O sea, aunque el movimiento no se deje llevar por la omisión de los *mass media* y sus integrantes hayan encontrado maneras de hacerse visibles, sería muy saludable que los medios tradicionales también los consideraran en sus abordajes. Pero “los grandes medios no se interesan por la periferia” (Ídem).

Las nuevas configuraciones societarias señalan lo importante que sería si los grandes medios avanzaran en el proceso de amplificación de sus coberturas; por lo tanto se estarían enfrentando los desafíos que representan las diversas transformaciones sociales que a su vez, inciden no solamente sobre nuestros comportamientos como individuos y grupos, sino también de manera más específica en el esquema comunicativo al abrir posibilidades de acción y reflexión más

amplias. Según veremos, no parece que los medios brasileños consideren estas cuestiones como lo demuestran los materiales que suelen publicarse cotidianamente respecto a esos grupos. Retomando la cuestión de Internet como herramienta de apropiación de la voz por grupos excluidos de los grandes medios, tomamos como ejemplo otro sitio brasileño. Se trata de *Indios Online*.

De acuerdo a los propios creadores del sitio, *Indios Online* es

[...] Un portal de diálogo intercultural, que valoriza la diversidad, facilitando la información y la comunicación para siete naciones indígenas: Kiriri, Tupinambá, Pataxó-Hãhãhãe, Tumbalalá en Bahia, Xucuru-Kariri, Kariri-Xocó en Alagoas y los Pankararu en Pernambuco y para la sociedad en forma general. Los mismos indios se conectan a Internet en sus propias tierras, realizando una alianza de estudio y trabajo en beneficio de sus comunidades y el mundo [...].”

El referido sitio puede ser comprendido como la apropiación de la herramienta Internet por parte de esas comunidades indígenas, excluidas de la sociedad brasileña (y por consiguiente de los medios, excepto cuando se difunden reportajes que dan cuenta de conflictos, o de su existencia como víctimas o elementos folclóricos) a favor de su existencia societaria. Cuando se observan los discursos referentes a las comunidades indígenas mayoritariamente diseminados por los medios nacionales, se verifica que los *frames* – entendidos conforme (Sádaba, 2007) como esquemas que fijan coberturas y que guían el modo de comprender y de narrar los acontecimientos – casi siempre giran alrededor de una connotación estereotipada y estigmatizada de esos grupos sociales. En general, la selección de esos abordajes genera una rutina en la cobertura sobre las temáticas relacionadas a esos grupos^{iv}: “Indios aceptan cambio de rehenes en usina hidroeléctrica de Mato Grosso” (título publicado por el periódico *Folha de São Paulo*, de São Paulo, en su edición online del 19 de abril de 2010); “Policía aprehende arsenal en comunidad indígena en el Amazonas” (Ídem, 4 de agosto de 2011); “Indio acusado de canibalismo es inocentado en el Amazonas” (Ídem, 8 de noviembre de 2011); “Indios intentan invadir Cámara de los Diputados y entran en confronto con la seguridad” (título publicado por el periódico *O Globo*, de Rio de Janeiro, edición online del 9 de enero de 2012); “Mas de 4 mil indios viven acampados en carreteras” (Ídem, 9 de abril del 2012); [“Policía negocia con indios liberación de carretera en Maranhão”](#) (título del periódico *A Tarde*, de Bahía, en su edición

online del 19 de abril de 2010. El día 19 de abril se celebra el día del Indio en Brasil; “[Indios y buscadores de metales de Rondonia paran obras de Jirau](#)” (Ídem, 21 de noviembre del 2011).

Los encuadres corresponden, conforme los conceptos de Entman (apud Sádaba, 2007), “a la selección de algunos aspectos de la realidad percibida [...] de modo que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales, y/o o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito” (p. 96-97).

2. Ejercicio de poder

La creación del sitio *Indios Online* puede ser analizada, entre otras cuestiones, como conquista de *voz activa* en la comunicación mediada, una vez que los grandes grupos mediáticos no proporcionan esos canales a las comunidades indígenas de modo que ellas puedan mostrarse como sujetos activos.

La apropiación de esos canales puede ser vista como un instrumento de minimizar los impactos causados por los abordajes estereotipados - tanto en el sentido de su “barbarización”, como también de su “folclorización” o incluso “victimización”, realizados en general por los medios tradicionales y hegemónicos, como hemos visto en los titulares. Retomando Milton Santos, es posible decir que esas comunidades, al lanzar mano de la herramienta Internet para comunicarse, están en su búsqueda cotidiana por política. Sería, considerando también la visión foucaultiana, una manifestación del ejercicio del poder, visto que para Foucault el poder

[...] debe ser analizado como algo que circula, o mejor, como algo que solamente funciona en cadena. Jamás está aquí o ahí, jamás está en las manos de algunos [...] En sus mallas los individuos no solamente circulan sino están siempre en posición de ejercer este poder [...] jamás son blanco inerte o consentido del poder, son siempre centros de transmisión [...] (1979, p. 183).

Foucault aborda la presencia del poder en distintas dimensiones de la vida cotidiana. A partir de esta lógica reflexiva, es posible distinguir la apropiación de Internet por los colectivos indígenas como ese ejercicio de poder, la toma de conciencia del poder de comunicarse masivamente a través de Internet. Es posible constatar eso a través de la manifestación de un indígena, a través del portal:

Me quedé feliz por conocer este trabajo, pues a través de él podemos hablar un poco *sobre lo que pensamos* (destaque nuestro), ya que en Brasil los medios no dan mucho espacio a nosotros, los indios. *Gracias a Internet y cosas nuevas que van surgiendo, nosotros podemos mostrar nuestra cara.* (destaque nuestro). Vivo en la aldea krukutu y me gusta mucho escribir. Y me quedo feliz porque podré hacer parte de este trabajo. Felicito a los parientes indígenas que coordinan este trabajo y quienes quieran saber más sobre mi visite mi sitio www.oliviojekupe.blogspot.com.

En primer lugar, esas afirmaciones demuestran la conciencia que tienen los indígenas sobre el hecho de que los medios tradicionales no les dan voz. Esos mismos medios que utilizan la convergencia tecnológica, incluyendo Internet, no lo hacen para ampliar y sobre todo diversificar sus abordajes. Esa manera de actuar de los *mass media* corrobora la afirmación de Lévy (2000) según la cual “las tendencias universalizantes y virtualizantes son acompañadas por un aumento de las desigualdades entre los pobres y los favorecidos, entre las regiones centrales y las zonas desheredadas, entre los participantes del universal y sus excluidos” (p. 234).

El comentario colocado en el sitio también nos remite a la conciencia que vienen adquiriendo muchos de esos excluidos sobre el papel que juega la red en el sentido de proporcionarles la oportunidad de hacer públicas sus voces. Eso nos lleva a pensar en las palabras de Manuel Castells cuando afirma que “la comunicación de valores y la movilización en torno del sentido son fundamentales” y que, además:

[...] los movimientos culturales (comprendidos como movimientos cuyo objetivo es defender o proponer modos propios de vida y sentido) son construidos alrededor de sistemas de comunicación – esencialmente Internet y los medios de comunicación – porque ésta es la principal vía que estos movimientos encuentran para llegar hacia aquellas personas que pueden eventualmente compartir sus valores y a partir de ahí actuar en la conciencia de la sociedad en su conjunto (2004, p. 170).

Por ejemplo, esa conciencia se encuentra muy presente en el sitio *Indios Online*, a través de los libros escritos por los propios pueblos indígenas en una serie disponible en el sitio intitulada *Indios en la visión del indio*. La edición más reciente publicada en 2011 con el título “Somos Patrimonio”, contiene un texto escrito por una adolescente indígena que expone su visión acerca

de la necesidad de esos pueblos en lo que se refiere a ir a las escuelas y formarse sin que ello signifique dejar de ser indígena como resalta el párrafo que sigue:

Las personas creen que el indio no puede ser formado, no puede salir de la aldea, que él debe vivir del modo como vivía antes, permanecer pescando, cazando, desnudo [...] Pero creo que la cultura indígena es preservar nuestras costumbres, bailar, hacer cosas que nosotros aprendemos unos con los otros [...] (Santos, 2011, p. 59).

Esa manera de exponer las demandas de las comunidades indígenas revela la necesidad de desconstrucción de ciertos estereotipos construidos, en general, por el conjunto de la sociedad brasileña sobre los pueblos indígenas, los cuales son reforzados muy fuertemente por los medios. Sus demandas y sus maneras de mostrarse constituyen un contrapunto al modo de abordaje de los medios tradicionales brasileños, como vimos en los titulares publicados por diversos periódicos nacionales, que reflejan el modo de pensar de, al menos, una parte considerable de la sociedad, representada por esos medios y que reflejan, sobre todo, lo que dice Hofmann:

A lo largo de la trayectoria humana, la consagración de los determinados modos de pensar el mundo se dio invariablemente de la misma manera: por la repetición del discurso. Un discurso repetido por diferentes sujetos individuales dotados de cierta influencia tiene la capacidad de interferir en el modo de pensar y actuar del sujeto colectivo.

Adoptando una postura más ecléctica, los grandes medios podrían jugar un papel relevante en la construcción de una comunicación más plural y diversa. De acuerdo con Pulido et al (2006), los medios no solamente refuerzan creencias previas, sino que también generan otras nuevas y, con esa dinámica, pueden deshacer o reforzar las relaciones construidas en el cotidiano.

A partir de la perspectiva que sugerimos, es posible inferir que los medios tienen el potencial para ayudar a romper ciertos esquemas mentales socialmente consolidados, pues diferentes abordajes construidos por los *mass media* pueden convertirse en valiosos instrumentos para la construcción de conceptos diferentes sobre ciertos acontecimientos, ciertos grupos sociales, como las comunidades *Hip Hop* y los pueblos indígenas de nuestros ejemplos. Los *mass media* poseen el potencial para contribuir con la desconstrucción de preconceptos y de estereotipos; pueden ayudar en la construcción de un nivel más significativo de aprendizaje de una importante cantidad de individuos y grupos sociales. Sin embargo, continúan en gran medida sirviendo al

mantenimiento y/o la construcción de visiones que no contribuyen positivamente para una sociedad pautada por el respecto a la diversidad.

3. Para no concluir

Afortunadamente, individuos y grupos están tomando conciencia de la fuerza que representa la red, como afirma Castells (1997, p. 47): “la sociedad de la información se destaca porque cuenta con una forma específica de organización social en la cual las nuevas tecnologías propician que las fuentes fundamentales de la productividad y el poder estén en la generación, en el procesamiento y en la transmisión de la información”.

Si se considera que la *sociedad ciudadana* es una construcción, como sostiene Patrick Charaudeau (2005), que agrega individuos que tienen conciencia de un papel a desempeñar en la organización política de la vida social, es posible afirmar que Internet puede jugar un papel de relevancia importante en esa construcción, ya que se constituye como un nuevo vehículo de información con un potencial expresivo para la diversificación y extensión de las formas de comunicar en las sociedades contemporáneas.

Las nuevas perspectivas creadas por el desarrollo de las tecnologías – y particularmente a través de la comunicación – abren posibilidades para una nueva manera de pensar las subjetividades y, en consecuencia, la producción de cultura, las demandas políticas y sociales de los diversos grupos que componen la vida societaria. Las configuraciones contemporáneas de las sociedades demandan un cambio radical en la manera de mediar por parte de los *mass media*. Y en el caso particular del periodismo, ya no cabe más el viejo *modus operandi* marcado por la tendencia meramente factual y que desprecia la diversidad, el potencial y las experiencias concretas presentes en los más variados espacios de la vida social. Los medios necesitan acompañar la dinámica y el desarrollo de la vida en sociedad, que es una constante producción de cultura. De cualquier forma, sabemos que su dimensión mercadológica - marca muy fuerte que orienta la conducta cotidiana - los impide de valorar la diversidad. Por ello, los grupos e individuos necesitan seguir trillando ese nuevo camino proporcionado por las nuevas tecnologías y, de este modo, actuar cada vez más como agentes de mediación.

Notas

ⁱ Retirado del documentário *Hip Hop com Dendê*, de Fabíola Aquino e Lílian Machano, Salvador-Bahia, 2005.

ⁱⁱ Se escribe *Repper* y no *Rapper* (inglés) porque el artista, al elegir esta grafía, buscó homenagear el *Repente*, también conocido como *Deasafio*, una especie de mezcla entre poesía y música, predominantemente producida por improviso, cuya origen remonta a los trovadores medievales, adaptada a la cultura brasileña, más específicamente en la región Nordeste del país.

ⁱⁱⁱ Gey Espinheira es sociólogo e esta afirmación está contida em el documentário *Hip Hop com Dendê*, de Fabíola Aquino e Lílian Machado, Salvador-Bahia, 2005.

^{iv} Los titulares de los periódicos están traducidos para el español.

Referencias Bibliográficas

ALMEIDA, Verbena Córdula. (2009). *Mídia, incomunicação e ideia de nao-pertencimento*. In: GRAMACHO, Derval(org.) *Comunicação e Cultura*. Sao Paulo: Scortecci, 39-52.

CASTELLS, Manuel. (1997) *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura*. Madrid, Alianza Editorial.

CASTELLS, M. 2004. *A galáxia Internet: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

CANCLINI, Néstor García. (2008). *Latino-Americanos à procura de um lugar neste século*. (Tradução Sérgio Molina). São Paulo: Iluminuras.

CHARAUNDEU, Patrick (2005). *Discurso Político*. (Tradução Fabiana Komeso e Dilson F. Da Cruz). São Paulo: Contexto.

ELIZALDE, Luciano. (2004). *Comunicação de masa e espacio públco em Habermas*. Buenos Aires: Facultad de Comunicación Universidad Austral.

FOUCAULT, Michel, *Microfísica do Poder*. (1979), Rio de Janeiro: Edições Graal.

GADINI, Sérgio Luiz. (2004), *Em busca de um conceito (possível) de jornalismo cultural*. Pauta Geral, n.6, 93-112.

HOFMANN, Loaci Tonus. *Do discurso enquanto constituinte da realidade*. <Disponibile en>:<http://www.dacex.ct.utfpr.edu.br/loraci5.htm>.> Acesso em: 20 de janeiro de 2012.

LÉVY, P. *Cibercultura*. (2000). São Paulo: Ed. 34, 2000.

MATTELLART, Armand. (2005). *Diversidad Cultural y Mundialización*. Barcelona: Paidós.

MORIN, Edgar. (1998). *O Método 4: as idéias*. Porto Alegre: Sulina.

NARVÁEZ, Yosjuan Piña. (2007). *Construcción de identidades (identificaciones) juveniles urbanas: movimiento cultural underground*. In: MATO, Daniel e FERMÍN, Alejandro (compiladores). *Cultura y Transformaciones sociales en tiempo de globalización*. Buenos Aires: Clacso, p. 163-180

PULIDO, Miguel Angel, RODRIGUEZ, Cristina e TORTAJADA, Iolanda. (2006). *¿Cómo interpretan los grupos culturales su representación midiática?* Grupo de trabajo: Estudios de recepción, IX Congreso. Cádiz-Sevilla: IBERCOM.

SÁDABA, Teresa. (2007). *Framing: El encuadre de las noticias - el binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.

SANTOS, Milton. (2002). *Por Uma Outra Globalização: do pensamento único a consciência universal*. Rio de Janeiro; São Paulo: Record.

SANTOS, Milton. (2006). *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4 ed. 2 reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

WEIVIORKA, Michel. *Entre individualismo e identidades culturais: os dilemas da comunicação de hoje*. In: MATTELLART, Armand et al. *A comunicação na aldeia global: cidadãos do planeta face á explão dos meios de comunicação*. São Paulo: Vozes, 2005.

WILLIAMAS, Raymond (2001), *Cultura y Sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión

WOLTON, Dominique. (2007). *Pensar la comunicación*. Buenos Aires: Prometeus Libro.

Sítios Web

www.indiosonline.net

www.centralhiphop.uol.com.br