

AMBIÊNCIAS COMUNICACIONAIS E VIVÊNCIAS MIDIÁTICAS DIGITAIS DE INTERNAUTAS EM TELECENTROS DE ACESSO PÚBLICO

Juciano de Sousa Lacerda



Coleção
PERSPECTIVAS
TRANSMETODOLÓGICAS
DA COMUNICAÇÃO





Universidade Estadual da Paraíba

Prof. Antonio Guedes Rangel Junior | Reitor

Prof. José Etham de Lucena Barbosa | Vice-Reitor



Editora da Universidade Estadual da Paraíba

Luciano do Nascimento Silva | Diretor

Antonio Roberto Faustino da Costa | Diretor-Adjunto

Conselho Editorial

Presidente

Luciano do Nascimento Silva

Conselho Científico

Alberto Soares Melo

Cidoval Morais de Sousa

Hermes Magalhães Tavares

José Esteban Castro

José Etham de Lucena Barbosa

José Tavares de Sousa

Marcionila Fernandes

Olival Freire Jr

Roberto Mauro Cortez Motta

Design Gráfico

Erick Ferreira Cabral

Jefferson Ricardo Lima Araujo Nunes

Leonardo Ramos Araujo

Comercialização e Distribuição

Danielle Correia Gomes

Divulgação

Zoraide Barbosa de Oliveira Pereira

Revisão Linguística

Elizete Amaral de Medeiros

Normalização Técnica

Jane Pompilo dos Santos



Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia

Reitor

Cícero Nicácio do Nascimento Lopes

Pró-Reitora de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação

Francilda Araujo Inácio



Diretor Executivo da Editora IFPB

Carlos Danilo Miranda Regis

Coordenação de Distribuição da Editora IFPB

Walber Barbosa da Silva



Editoras filiadas a **ABEU**

Juciano de Sousa Lacerda

AMBIÊNCIAS COMUNICACIONAIS
E VIVÊNCIAS MUDIÁTICAS DIGITAIS
DE INTERNAUTAS EM TELECENTROS
DE ACESSO PÚBLICO



Campina Grande-PB



João Pessoa-PB

Copyright © EDUEPB | Editora IFPB

A reprodução não-autorizada desta publicação, por qualquer meio, seja total ou parcial, constitui violação da Lei nº 9.610/98.

Coleção PERSPECTIVAS TRANSMETODOLÓGICAS DA COMUNICAÇÃO

Conselho Editorial

Alberto Efendy Maldonado Gomez de la Torre | *Editor*

Juciano de Sousa Lacerda | *Editor-Adjunto*

Conselho Científico

Adrián Padilla (UNESR - Venezuela)

Alexandre Almeida Barbalho (UECE)

Andres Kalikoske (UFRGS)

Carmem Pereira (UFSC)

Cicilia Maria Krohling Peruzzo (Umesp)

Claudio Maldonado (U. TEMUCO - Chile)

Edgar Veja (UASB - Equador)

Elson Faxina (UFPR)

Gabriel Kaplun (U. REPÚBLICA - Uruguai)

Graziela Bianchi (UEPG)

Itamar de Morais Nobre (UFRN)

Jiani Adriana Bonin (UNISINOS)

Jordi Grau (UAB - Espanha)

Juan José Perona Páez (UAB - Espanha)

Luis Ignacio Sierra (PUJ - Colômbia)

Maria Ângela Pavan (UFRN)

Maria do Socorro Furtado Veloso (UFRN)

Maria Elisa Máximo (IELUSC)

María Soledad Segura (UNC – Argentina)

Muniz Sodré (UFRJ)

Natalia Traversaro (UNC - Argentina)

Nicolás Lorite (UAB - Espanha)

Nísia Martins do Rosário (UFRGS)

Norah Gamboa (UNESR - Venezuela)

Patrícia Gonçalves Saldanha (UFF)

Raquel Paiva (UFRJ)

Raúl Fuentes Navarro (Iteso-México)

Richard Romancini (USP)

Theophilos Rifiotis (UFSC)

Vilso Junior Santi (UFRR)

Depósito legal na Biblioteca Nacional, conforme Lei nº 10.994, de 14 de dezembro de 2004

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

L131a Lacerda, Juciano de Sousa.

Ambiências comunicacionais e vivências midiáticas digitais de internautas em telecentros de acesso público [Livro eletrônico]. Juciano de Sousa Lacerda. - Campina Grande: EDUEPB, 2016. (Coleção Perspectivas Transmetodológicas da Comunicação).
0000kb. - 418 p.: il.

Modo de acesso: Word Wide Web <http://www.uepb.edu.br/ebooks/>

ISBN 978-85-7879-343-2

ISBN EBOOK 978-85-7879-344-9

ISBN IFPB 978-85-63406-84-2

1. Midiatização digital. 2. Telecentros. 3. Inclusão digital.
4. Processos socioculturais. 5. Conhecimento em comunicação.
6. Processos comunicacionais. I. Título.

21. ed. CDD 302.23

A coleção *Perspectivas Transmetodológicas da Comunicação* tem como linha de trabalho editorial a publicação de obras críticas que sejam o resultado de pesquisas problematizadoras do campo de conhecimento em comunicação, numa perspectiva reconstrutora de concepções, estratégias, táticas e procedimentos de investigação; a partir de um exercício epistemológico inventivo que pense e contribua para a constituição de novas formas de estruturação midiática, sociocultural, política e acadêmica.

Dedico este trabalho ao meu amado irmão José Jucicleudo de Sousa Lacerda (*In memoriam*), que me deu grandes aulas sobre a arte da vida. E à minha amada esposa Sueli e nossa princesinha Vitória, fontes de minha inspiração e alegria.

Agradecimentos

Esta tese se concretizou como um milagre! Devo agradecer este milagre, primeiramente, a Deus, motor de todos os milagres.

Em segundo lugar, ao inspirador do milagre, Alberto Efendy Maldonado. Um homem capaz de fazer valer a pena o sentido da vida, da solidariedade, da esperança, do amor. Foi um orientador, mas também foi pai, foi amigo, foi cúmplice e, por demais rígido, quando foi preciso. Com ele, aprendi a arte da pesquisa! Obrigado, homem iluminado!

Quero agradecer também à Capes, que financiou meus estudos, desde o mestrado até o doutorado e também o doutorado sandwich, em Barcelona. Aproveito aqui para deixar meu reconhecimento aos Grupos de Pesquisa Mídia e Multiculturalismo e Migracom, na pessoa da Denise Cogo e de Nicolás Lorite, com os quais pude fazer meu estágio em Barcelona, em 2005/2006. Aqui, agradeço também a acolhida do ser humano incondicional Bruno Fuser, que me recebeu na Espanha. E, com destaque, quero dizer obrigado a Profa. Dra. Amparo Huertas, pesquisadora da UAB, pela sua brilhante orientação no período em que estive na Universidad Autónoma. Agradeço também o carinho e a eticidade de Christa Berger, pela coordenação do PPGCOM da Unisinos, em todo o meu processo de doutoramento.

Faço um parênteses para agradecer à Editora da UEPB por publicar este trabalho e, ao mesmo tempo, reconhecer a importância da cooperação que tem se fortalecido com os companheiros pesquisadores Cidival Sousa, Luciano Nascimento, Luiz Custódio e Roberto Faustino.

No campo da pesquisa, é preciso prestar meu reconhecimento ao coletivo do Grupo de Pesquisa Processos Comunicacionais. No Processo com, aprendi que a interlocução é o caminho para o fortalecimento das estratégias teórico-metodológicas. E aprendi que pesquisar é uma arte bela e complexa. Desde os bolsistas aos professores, vocês foram fundamentais. Lembro aqui, a Jiani Bonin, um exemplo de metodóloga, que importantes contribuições deu ao meu trabalho, e Graziela Bianchi, pela força no finalzinho de tudo. Também agradeço as contribuições críticas no processo, realizadas por Suely Fragoso, Theóphilos Rifiótis e Elisa Máximo. Com os dois últimos, temos feito importantes diálogos no GrupCiber da UFSC.

Nesse processo de pesquisa, aprendi que é impossível conseguir algo sozinho. De coração, quero deixar meu agradecimento a Fernanda Guimarães Cruz, jovem promessa da pesquisa brasileira e professora exemplar. Seu apoio foi crucial nos momentos mais difíceis. E também quero registrar a brilhante colaboração da minha ex-bolsista do Necom (IELUSC) Ariadna Straliozzo e da Priscila Noernberg. E ao grande amigo do peito, que considero um irmão, Elson Faxina, um exemplo de jornalista e professor para mim.

Quero agradecer também a Seu Erni e a comunidade do telecentro da Vila Real, e ao Jaci e Holiwod, do Projeto Paranavegar, pelo apoio à minha pesquisa. Agradeço também a Janice Laurindo, Deise Voi, Mara Vilatore, Adalberto Serpa e toda a equipe de coordenação dos Faróis do Saber, sempre disponíveis ao diálogo. Quero deixar meu registro de carinho pelo apoio dos coordenadores e bolsistas dos telecentros Aristides Vinholes e Telêmaco Borba.

Um beijo no coração do Samuca (Samuel Lima), parceiro de docência no Ielusc e ouvinte das minhas dores. Lembro aqui companheiros do diálogo da pesquisa e da vida acadêmica: Pedro Russi, meu hermano, Silnei, Jacques, Felipe, Gastão e Ângelo.

Maria Bravo, Nívia e Rogério, vocês foram minha família em muitas idas a São Leopoldo. E aos amigos da Paraíba, de Santa Catarina, de São Paulo e do Rio Grande do Sul, que me deram força em todos os momentos.

Registro meu afeto aos colegas pesquisadores do Grupo Pragma: Socorro Veloso, Angela Pavan, Itamar Nobre, Ary Azevedo, Maria Érica, Iano Flávio e Hélcio, que adotaram-me na UFRN, minha nova casa; aos colegas do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, representados pela Kenia Maia, Marcelo Bolshaw, Michael Hanke e Josimey Costa; e às companheiras do Núcleo de Estudos em Saúde Coletiva da UFRN, Suzana Miranda, Michele Soltosky, Elizabeth Fagundes, Marise Freitas e Márcia Lucas.

Quase ao final desta imensa lista, não poderia deixar de agradecer à EDUEPB, em nome de seus diretores Luciano do Nascimento Silva e Antonio Roberto Faustino da Costa, pela aposta em publicar este livro, em co-edição com a Editora IFPB (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba), em nome de seu diretor Carlos Danilo Miranda Regis, seguido do desafio que nos foi proposto de fazer a gestão de uma nova coleção focada nos aspectos criativos e inovadores das metodologias da pesquisa em comunicação

E, finalmente, quero agradecer à minha família, que suportou todas as tensões e dores destes quatro anos. José e Zefinha, meus pais amados e dedicados. Jucileide e Juracy, irmãs sempre atentas em me apoiar e confidentes. Sebastião e Nilmar, sempre solícitos como cunhados. E também a Nathalia Maria, Edna Emanuelle, Sebastião José e Johnson, meus sobrinhos, pelos telefonemas carinhosos e sorrisos, nos momentos de tensão. Por fim, neste novo momento, em que a tese é publicada, quero agradecer o amor incondicional de Sueli, minha esposa, e Vitória, minha filha. Vocês são minha vida!

*“Que as dificuldades não tirem de mim a esperança
e as conquistas não me tornem presunçoso”
(Autor desconhecido).*

Prólogo

Ambiências Comunicacionais e vivências midiáticas digitais de internautas em telecentros de acesso público

Escrever um prólogo implica assumir uma responsabilidade ética e intelectual com os leitores, informando-os sobre as características e abrangência da obra. No caso do presente livro, além das propriedades formais, estas páginas geram uma profunda satisfação por ter acompanhado a produção desde seus estágios pré-estruturais, quando ainda era uma possibilidade, um pré-projeto, um conjunto de ideias inspiradoras, uma ilusão.

A história tem nos permitido compartilhar com o autor, desde inícios da década passada, desafios e realizações de pesquisa que me tornaram um observador, pensador, aprendiz e parceiro privilegiado, dado que acompanhei o processo de transformação/formação e invenção do pesquisador e intelectual Juciano de Sousa Lacerda desde sua imersão inicial no estágio de pós-graduação. Com efeito, estabeleceu-se uma sintonia fecunda de colaboração e produção no contexto do PPGCC- UNISINOS; e, nesse mundo acadêmico, construímos realidades que contribuiram ao fortalecimento e reconhecimento da excelência acadêmica dos nossos trabalhos. Foi assim que a dissertação e tese produzidas por Juciano mostraram a força, o compromisso ético/social, a inteligência e o potencial criativo

do autor. Suas pesquisas abriram trilhas, reflexões, questões, realizações e conhecimentos que hoje tem significativo reconhecimento no PPGEM da UFRN e no campo da comunicação no Brasil, alcançando níveis de responsabilidade, gestão e direção notáveis.

O livro traz uma produção intelectual de singular valor, oferece reflexões epistemológicas estratégicas, em especial nos diálogos que estabelece com Bachelard, Bateson e Marx, combinando esses aprofundamentos com as formulações plurimetodológicas que estruturou no contexto do GP-PROCESSOCOM do qual é um dos seus fundadores e um alicerce central de sua continuidade. No texto, nos seus cinco capítulos, é possível constatar a profunda imbricação de aspectos metateóricos transcendentes em realização combinada e fluída com pesquisas empíricas produzidas pelo autor com entusiasmo, inspiração e compromisso em vários estados do Brasil e na Catalunha. Juciano Lacerda mostra nestes escritos como tem sido capaz de produzir teoria viva, argumentos que assumem as problematizações sem apagar as responsabilidades sociais, políticas, éticas e filosóficas da pesquisa.

O que atualmente pensamos como problemáticas transmidiáticas, que necessariamente demandam uma perspectiva epistêmica transmetodológica, tem sido desbravadas e construídas por Juciano de Sousa Lacerda de modo livre, rigoroso e renovador. Este livro-tese oferece para os professores, estudantes, pesquisadores e a comunidade acadêmica da comunicação um conjunto de reflexões teóricas sobre as problemáticas da *informatização* das sociedades, a respeito dos processos de *mediação transcultural*, acerca da *mediatização* e sobre as mudanças socioculturais, contribuindo de maneira dialógica, instigante e crítica para a formação da nova geração de profissionais e investigadores em comunicação.

O livro também aborda as problemáticas da exclusão, das diferenças sociais, das alteridades socioculturais, pesquisando sujeitas e sujeitos das classes populares no seu empenho por assumir as vivências

em comunicação digital como um direito de realização sociocultural relevante. As reflexões, questionamentos, informações e conhecimentos que o livro oferece mostram a importância crucial que os jovens, adolescentes e crianças dão aos seus *mundos conversacionais*, tornando-os ambientes e inter-relações comunicativas cotidianos de especial importância para suas vidas.

A pesquisa é apresentada nesses capítulos nas suas realizações concretas, nos seus deslocamentos, explorações, levantamentos, movimentos e desenhos. Nela a exigência de *explicitação conceitual* e de explicitação dos *procedimentos metodológicos* está muito bem feita, permitindo que outros pesquisadores entrem na sua lógica, nas suas premissas e nos seus tecidos com facilidade. Os métodos se imbricam em orientação transmetodológica que os torna pertinentes às demandas e exigências da construção metódica, evitando formalismos, vacuidades e a reprodução mecânica de fórmulas. Assim os leitores, estudantes e pensadores terão nesta publicação um recurso e um apoio metodológico instigante, forte e relevante para pensar e resolver problemáticas comunicativas contemporâneas.

As articulações teóricas e empíricas que o autor constrói são uma amostra de pesquisa fecunda para o campo da comunicação, e sua publicação em formato brinda às comunidades acadêmicas do país uma obra importante para o trabalho de ensino, aprendizagem e pesquisa.

Meus votos para que esta publicação circule com força e amplitude, inspirando e orientando projetos de pesquisa que insiram nas suas preocupações valores éticos, socioculturais, acadêmicos e cidadãos.

Alberto Efendy Maldonado

Aviso aos navegantes

Caro leitor,

O presente livro apresenta um panorama latino-americano e, de certa forma, iberoamericano situado na primeira década do século XXI. Desta forma, pesquisas sobre usos das mídias digitais e dados sobre internet no Brasil, na América Latina e no Mundo, assim como valores cobrados por empresas de telecomunicações, estão situados num contexto histórico específico no qual a pesquisa de doutorado foi realizada, tendo em vista apresentar coerentemente a construção e as lógicas das políticas de inclusão digital do Brasil e de países da América Latina no contexto da Sociedade da Informação. Atualizar tais dados para contemplar o contexto atual impediria a compreensão do processo histórico em que determinadas tomadas de decisão políticas e econômicas configuraram singularidades do modelo brasileiro de sociedade da informação. Portanto, para além da defasagem dos números, importa a forma como problematizamos a construção do singular modelo brasileiro de sociedade da informação e suas contradições como proposta de inclusão digital travestida de inclusão social. Com destaque para as maneiras criativas e singulares de uso e apropriação de telecentros de acesso público gratuito, principalmente em bairros de periferia, que por um momento histórico específico do país foram a vitrine das políticas públicas de inclusão digital.

Sumário

Introdução	25
-------------------------	-----------

1 Ambiências comunicacionais e midiáticação digital: conexões entre espacialidades pessoais, arquitetônicas e digitais	33
--	-----------

1.1 Da funcionalidade para a complexidade da comunicação.....	33
1.2 Sociedade da informação: alquimia simbólica e autorreferência.....	35
1.3 Uma “nova” modernização: a Sociedade da Informação.....	40
1.4 O digital e a lógica da Sociedade da Informação.....	43
1.5 As tecnologias da informação e da comunicação (TIC’s) e os programas de inclusão digital no Brasil..	55
1.6 Inclusão digital num contexto de desigualdade estrutural.....	66
1.7 Mídias e o processo de digitalização: o lugar da internet na ecologia midiática.....	71
1.8 Midiatização: a tecnicidade como mediação.....	94
1.9 Ambiência: espaço arquitetônico, espaço digital (ciberespaço) e semiosfera pessoal.....	107
1.10 Ethos midiático digital: midiatização digital e cotidiano.....	137

1.11	Midiatização digital e transformações da cultura midiática dos internauta.....	163
------	---	-----

2	Conectividades: panorama de políticas brasileiras e latino-americanas de telecentros de acesso público.....	183
2.1	Projetos de inclusão digital como política pública.....	183
2.2	Definições sobre telecentros: tipologias e dimensões.....	190
2.3	Projetos de inclusão digital: <i>Paranavegar</i> e <i>Faróis do Saber</i>	199
2.4	O projeto Faróis do Saber da Prefeitura Municipal de Curitiba.....	202
2.5	O projeto <i>Paranavegar</i> do Governo do Estado do Paraná.....	205
2.6	O telecentro em sua complexidade como parte do mundo social.....	208
2.7	Políticas de telecentros: proposições no contexto da América Latina.....	214
2.8	Inclusão digital: universalização e penetração na América Latina.....	224
2.9	Navegações exploratórias: Porto Alegre (Brasil) e Barcelona (Espanha).....	232
2.10	A rede de telecentros da Catalunha.....	243
2.11	Olhares e perspectivas das pesquisas sobre telecentros e inclusão digital.....	249

3	Percursos, estratégias e procedimentos metodológicos	263
3.1	A construção do percurso metodológico.....	263
3.2	Pesquisa exploratória em Curitiba, Paraná.....	273
3.3	Da observação exploratória à observação sistemática.....	281
4	Da digitalização do cotidiano ao cotidiano digital	309
4.1	A ambiência midiático-comunicacional dos telecentros: características e interconexões entre espacialidades físicas, digitais e pessoais.....	311
4.2	O cotidiano da vivência digital dos internautas	333
4.3	A vivência cotidiana com o computador.....	341
4.3	A digitalização do cotidiano midiático: distinções das mídias nas práticas culturais de consumo.....	369
5	Considerações finais	379
	Referências	391

Introdução

“O ser que não existe não pode se enganar. Por isso, se me engano, existo”. Sto. Agostinho. (A Cidade de Deus, Livro XI, Cap. 26).

Nesta investigação, navegamos sob as intempéries de um duplo desafio epistemológico enfrentado pelo campo da comunicação: a constante mobilidade do objeto empírico e os modismos teórico-conceituais. Na dissertação de mestrado, abordamos a produção de sentido e os vínculos construídos por uma rede de comunicadores populares, jornalistas e relações públicas no ambiente digital, tomando como materialidade empírica as trocas de mensagens por *e-mail* em uma lista de discussão na internet, a *Comunicalist@* (LACERDA, 2003, p. 2004b). A mobilidade do objeto empírico se mostrou na descoberta de outras formas de comunicação digitais (*MSN, Orkut, blogs, messengers* diversos), mas a preocupação migrou para um *lugar* em que essas formas de comunicar se tornavam acessíveis para populações antes não atendidas por ações sociais significativas. Esse *lugar* tinha vários nomes,¹ entre eles, o de *telecentro*.

Os telecentros ganharam expressão em países da América Latina e começaram a se consolidar no Brasil. Aqui o *boom* era algo recente,²

1 Infocentros, cabinas, pontos de inclusão digital, locutórios, telehouses, centros tecnológicos comunitários, centros públicos de acesso pago ou gratuito etc.

2 Principalmente, a partir do ano 2000.

mas na Europa, por exemplo, já existia desde 1985.³ Mas identificamos que também tivemos nossa primeira iniciativa de espaço de conexão pública gratuita para a comunidade ainda em 1995: o *Farol das Cidades*, em Curitiba-PR. Aquilo que enxergávamos como uma sala com computadores conectados à internet, de acesso gratuito para a comunidade, com serviços de impressão e digitalização de imagens era a ponta de um *iceberg*: políticas de difusão de tecnologias da comunicação e da informação, as TICs, dentro do programa conceitual de *sociedade da informação* ou de *sociedade global da informação*.⁴ Programa dinamizado por um time de organismos mundiais multilaterais (ONU, UIT, UNESCO, UNCTAD, Banco Mundial, OCDE etc), que capitanearam a Cúpula Mundial da Sociedade da Informação. (Genebra, novembro de 2003; Tunis, 2005).

O segundo desafio se colocou diante da necessidade de depurar o conceito de *Sociedade da Informação* um dos mais discutidos nos últimos anos,⁵ ganhando complexidade e deferência, sem ficar na superficialidade que caracteriza os modismos teóricos. Partimos da compreensão de que “a idéia não é um resumo, é antes um programa” (BACHELARD, 2006, p. 33). Portanto era preciso *reflexão* para além de uma *fenomenologia de primeira apreciação* (BACHELARD, 2006), que se desvencilhasse dos nossos próprios e dos subjetivismos de outros. Era preciso situar o conceito. Foi um processo difícil, pois em nosso subjetivismo estava certa aversão ao conceito, pela carga que tem a noção de *informação* das perspectivas

3 Em Vemdalem, na Suécia, foi criado o primeiro telecentro europeu em 1985.

4 Termos criados e defendidos pelo grupo dos sete países mais ricos do globo, o G7 (hoje mais a Rússia). Há perspectivas distintas que constroem caminhos em torno da concepção de uma Sociedade do Conhecimento ou Sociedade da Comunicação (WOLTON, 2003; MATTELART, 2002; PASQUALI, 2005)

5 Impulsionado pelas obras de Nobert Wiener sobre *cibernética e sociedade* (1984), Adam Schaff sobre a *sociedade informática* (1995) e Manuel Castells sobre a *sociedade em rede* (2003, 2004), entre outros.

matemáticas, funcionalistas ou lineares do processo comunicacional. Ao enfrentar essa *relação* de forte carga *emocional* com o conceito, pudemos perceber como as paixões são fundamentais para a produção do conhecimento. Como afirma Gregory Bateson (1998, p. 494), o que temos que considerar *monstruosa* é, na produção do conhecimento, a intenção de *separar* o intelecto das emoções.

Com este sentimento, por paradoxal que pareça, foi no aprofundamento de críticos (ROSZAK, 1988; MATTELART, 2002; SCHAFF, 1995; TREMBLAY, 2005; PASQUALI, 2005) que aprendemos a respeitar o conceito de *informação* e de *sociedade da informação*, podendo dialogar com proposições provocadoras (FLUSSER, 2007; PISCITELLI, 2005; WIENER, 1984) e, ao mesmo tempo, manter um distanciamento crítico de sua apropriação pelas lógicas capitalistas contemporâneas e de certos discursos ufanistas. Como *programa*, o conceito também representa um “novo modelo de desenvolvimento”, cuja base material era a própria informação. Informação não mais analógica, mas *digital*. O processamento automático das informações, de modo rápido, com precisão e em grande escala é a característica básica da informação digitalizada (LÉVY, 1999) e possibilitou, no final dos anos 1970, o revigorar do capitalismo. Identificamos que no bojo das ações de desenvolvimento, destinadas principalmente aos países do hemisfério Sul, estava um complexo programa de privatização, de ampliação de mercados planetários e de convergência entre as tecnologias informáticas, telemáticas e midiáticas sob a batuta das estratégias de mega-corporações multinacionais (LIMA, 2001; TREMBLAY, 2005; PASQUALI, 2005; WOLTON, 2003; MATTELART, 2002; PROSS, 1999), transfiguradas em políticas públicas compensatórias para os países que adotavam tais medidas, sob a alcunha do combate à “exclusão digital”, consolidando-se, em seguida, como propostas afirmativas de “inclusão digital”.

O computador e a disputa sobre os protocolos digitais de transmissão de dados, produtos da cultura contemporânea (SCHAFF, 1995; ROSZAK, 1988), tornaram-se símbolo da *convergência midiática* (PAVLIK, 2005; PISCITELLI, 2005) e, ao mesmo tempo, tornaram-se figuras emblemáticas da *inclusão digital* (SILVEIRA, 2005; WARSCHAUER, 2006). Diante disso, apontamos o risco de o conceito de *inclusão digital* tomar o lugar do conceito de *inclusão social* como efeito retórico metonímico nos discursos desenvolvimentistas contemporâneos, pois a desigualdade de acesso aos computadores em rede representa somente uma parte e não a totalidade do problema da desigualdade em nossas sociedades (DYSON, 2001). *Inclusão digital* não pode se resumir a conectar pessoas à rede mundial de computadores. O acesso à tríade computador-telefonia-provedor de acesso não pode ser visto como única política de inclusão digital, pois há sempre o risco de colocar luz sobre a tecnologia de *hardwares* (equipamentos e estruturas) e *softwares* (programas) e deixar na sombra as condições humanas e sociais. E mesmo o protagonismo do mercado como agente de inclusão digital demonstrou suas contradições, pois a perspectiva do lucro suplantou, até o momento, a iniciativa de produção de computadores educacionais e de baixo custo destinados a crianças.⁶ Porém, seria intelectualmente injusto negar os benefícios ou a beleza do processo de *digitalização*, capaz de projetar e criar mundos e imagens de síntese a partir de si mesmo (FLUSSER, 2007), pois somos os artífices da cultura digital e não seus reféns. (ROSZAK, 1988).

Mas como pensar os processos midiático-comunicacionais a partir da problematização da *Sociedade da Informação* e da *inclusão digital*? Essa pergunta nos colocou diante do seguinte dilema: os fenômenos por si

6 É caso da organização *One Laptop Per Child* (OLPC) criada pelo ex-professor do MIT Nicholas Negroponte, que não conseguiu baixar o preço dos portáteis para a faixa de US\$ 100 e agora enfrenta a concorrência da Intel, antes sua associada.

são socialmente relevantes, mas não constituem um objeto de pesquisa. Bachelard (2006) e Bateson (1998), duas ótimas companhias, ajudaram-nos a pensar a problematização do comunicacional nessa relação *Sociedade da Informação-inclusão digital-telecentros*. Primeiro, fazendo uma *ruptura epistemológica* capaz de ultranômenos, isolados entre si, para uma articulação, um *circuito*, em torno do midiático-comunicacional. No ponto de partida, tínhamos consciência de que o resultado seria uma *construção mental*, um recorte do concreto de cada fenômeno social, uma vez que *o mapa não é o território* (BATESON, 1998). E que a qualidade dessa construção não seria dada por cada um dos objetos empíricos acionados, mas pela *precisão do método* (BACHELARD, 2006), que torna possível pensar sobre *como nós obtemos os dados* e acerca da *materialidade de que são feitos* (BATESON, 1998, p. 511). Buscamos, assim, problematizar, ou seja, construir um objeto de pesquisa, a partir da atitude epistemológica de estabelecer *relações entre relações* (BATESON, 2006, p. 355). Evitando antropomorfizar os *objetos tecnoinformacionais*, reintroduzimos a natureza humana, portanto cultural, dos processos sociotécnicos. Ao pensar a internet, era preciso conceituar o *espaço digital* (ciberespaço) de forma que não fosse visto somente como *sistema autorreferente* (LUHMAN, 1997), mas em sua concretude, caracterizada na ação e na produção de sentido das pessoas (FRAGOSO, 2003), pois o sentido tridimensional da informação digital, que é representada bidimensionalmente na web, é produzido pelos internautas (FRAGOSO, 2005).

Com o processo de *convergência midiática*, a internet se tornou uma *incubadora de mídias* (LEMONS, 2003). Estamos diante de um novo sistema midiático que engloba todas as formas de comunicação humana em um formato digital (PAVLIK, 2005). Ou seja, uma espécie de *ecologia em rede* (PISCITELLI, 2005) com forte caráter *midiático-comunicacional*, com proeminência das plataformas de *mídias sociais* (SPYER, 2007), *softwares* gestados para internet, em que as pessoas se comunicam, acessam informações, compartilham experiências e opiniões no ambiente digital.

Definimos como caráter midiático da internet, naquilo que a distingue da mídia tradicional: a possibilidade de o internauta expressar-se, seja segundo as normas vigentes ou em oposição a elas, na mídia digital que o hospeda. Esse tipo de interação não acontece dentro das condições de produção tradicionais dos *players* da mídia impressa e eletrônica.

Construído o caráter *mediático-comunicacional* da internet, agora era preciso problematizá-lo em relação aos telecentros ofertados em projetos de *inclusão digital*. Nossa inspiração para o passo seguinte estava em Bateson (1998), quando trata do pensar em forma de *circuitos* e usa como exemplo o equívoco de atribuir um “processo mental” ao computador. “La computadora es siempre sólo un arco de un circuito más amplio, que siempre incluye un hombre y un ambiente, del que se recibe la información y sobre el que tienen efecto los mensajes eferentes que proceden de la computadora” (BATESON, 1998, p. 347). Desta forma, poderíamos pensar em termos de *circuito* a relação *internet* mais *internautas* mais *espacialidade* do telecentro. Assim, passamos a pensar o fenômeno social dos telecentros de acesso público gratuito, como política de inclusão digital, compreendendo o *lugar físico* e simbólico, a *tecnosfera* (SANTOS, 2002), como uma *relação, ambiência*, entre *relações: espacialidade digital e semiosfera pessoal*.

O nosso objeto de pesquisa já ganhava forma, na medida em que nos propomos, como **objetivo geral da investigação**, a descrever e interpretar o processo de *mediatização* digital em telecentros de acesso público e gratuito. Processo caracterizado pelas significações produzidas pelos internautas na vivência cotidiana das condições materiais e simbólicas que constituíam a ambiência dos telecentros. Definimos como recorte empírico as experiências de inclusão digital da Prefeitura Municipal de Curitiba, nos *Faróis do Saber*,⁷ e do governo do Paraná, o projeto

7 Coordenado pela Secretaria Municipal de Educação com apoio do Instituto Curitiba de Informática (ICI), com 26 mil pessoas cadastradas até o final de 2007.

Paranavegar.⁸ Portanto, uma experiência municipal e outra estadual, ambas definidas como projetos de inclusão digital de iniciativa pública. A escolha dos dois projetos está relacionada ao entendimento que construímos no segundo capítulo desta investigação de, no panorama da *Sociedade da Informação*, caracterizar os projetos de inclusão digital como política pública (ASSUMPÇÃO, 2001; OLIVA, 2003; MENO...*et al*, 2004; SILVEIRA, 2005/2006; WARSCHAUER, 2006). Como **objetivos específicos**, estabelecemos três metas:

- A primeira foi caracterizar a *ambiência midiático-comunicacional* em telecentros dos projetos *Faróis do Saber* e *Paranavegar*.
- A segunda era estabelecer relações entre o cotidiano do internauta e suas vivências da *espacialidade digital*.
- Por fim, identificar e interpretar transformações ou distinções em suas vivências midiáticas em relação a sua experiência digital.

No primeiro capítulo, tratamos as ambiências comunicacionais e a midiatização digital, problematizando as conexões entre espacialidades pessoais, arquitetônicas e digitais. No segundo capítulo, apresentamos um panorama das políticas públicas de inclusão digital no Brasil e na América Latina. O percurso metodológico é desenvolvido no terceiro capítulo. Ao abordar a passagem da digitalização do cotidiano ao cotidiano digital na vida das pessoas que acessam os telecentros, apresentamos no quarto capítulo os aspectos desenvolvidos a partir da análise dos dados.

Uma ótima navegação!

8 Coordenado pela Secretaria Especial de Assuntos Estratégicos (SEAE) e realizado pela Companhia de Informática do Paraná (Celepar), com quase 44 mil pessoas cadastradas no estado até o final de 2007.

1

Ambiências comunicacionais e mediação digital: conexões entre espacialidades pessoais, arquitetônicas e digitais

1.1 Da funcionalidade para a complexidade da comunicação

No labirinto contemporâneo dos processos comunicacionais, cada vez mais nos encontramos em espaços intersticiais: lacunas, brechas, fissuras ocupadas por outras lógicas, híbridas. Hoje, é possível observar que a abordagem objetiva e linear postulada nos modelos de matriz funcionalista fragmentou o processo de comunicação para motivos de análise. E, ao fazê-lo, não conseguiu retomá-lo ou reconfigurá-lo numa visão mais orgânica, ou melhor, atenta à *complexidade*¹ destes processos comunicacionais e midiáticos. Não se pode afirmar que pesquisadores como Lasswell

1 Tomamos aqui o conceito de *complexidade* a partir de Edgar Morin como “o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem o nosso mundo fenomenal” (2001, p. 20). Ou seja, mais do que buscar uma ordem da comunicação e do midiático, tratando sectariamente cada fase/momento do processo, é preciso encará-lo em sua fenomenologia, enfrentando a confusão de articular processos de produção, circulação e consumo como interdependentes, interatuantes, atuantes e também sujeitos ao acaso e a determinações. Talvez, buscar e percorrer e traçar o(s) caminho(s) (e suas bifurcações) seja

(1987) e Paul Lazarsfeld (1987) não tivessem consciência sobre a ideia processual da comunicação, o reducionismo se constituiu na ordem analítica do processo.² Um dos limites do funcionalismo foi o estudo dos meios e suportes sub-dimensionados aos aspectos formais e funcionais e menos com os processos que deles decorrem. É muito mais plausível postular que tal pensamento correspondeu, na época, às condições históricas de produção do campo emergente da comunicação, mas ainda mantém suas influências.

Dessa forma, é preciso ressituar as questões feitas às propostas teóricas antecessoras sobre o campo da comunicação, procurando abordar de “que modo as condições históricas gerais intervêm na produção e qual a relação desta com o movimento histórico em geral” (MARX, 1977, p. 225). Marx postulou esta questão para discutir as relações e determinantes entre a *produção* e a *distribuição*. Ao definir que os movimentos de determinação de um pelo outro só podem ser pensados historicamente, sincrônica e diacronicamente, podemos trazer as condições históricas para pensar as teorias antecessoras, seu processo de circulação na sociedade e a constituição de novas propostas teóricas, redimensionadas pela interação com a rede circulante do conhecimento produzido.³ E o pesquisador, como observador da realidade, também faz parte desse devir histórico e está sujeito às suas condições na produção de conhecimento

mais frutífero para a construção do campo da comunicação do que chegar num ponto final, cómodo.

- 2 A origem da crítica, muitas vezes, talvez se concentre menos no modelo do que em seus interesses de pesquisa – a análise de conteúdo e dos efeitos - cujo foco era administrativo, tendo em vista cumprir com exigências de resultados do mercado midiático, em pleno desenvolvimento na época, e do governo.
- 3 Estas discussões a partir de Marx possibilitaram a Eliseo Verón (1996, p.13-86) desenvolver sua teorização sobre as “Fundaciones” do processo de produção do conhecimento e de paradigmas, para além da noção de ruptura ou continuidade.

sobre o comunicacional e o midiático, cuja matriz transita na inter-relação (intertextualidade, interface e – por que não – no *interstício*) com estudos matemáticos, cibernéticos, sociológicos, psicológicos, cognitivos e antropológicos. Desta forma, é possível conceber porque aspectos distintivos marcaram num primeiro momento o tratamento e a concepção da comunicação de massa, por exemplo, na América do Norte, na América Latina e na Europa.

1.2 Sociedade da informação: alquimia simbólica e autorreferência

Da ascendência dos meios de comunicação de massa, a partir da metade do século XX, um outro salto tecnológico fez convergir a informática ascendente e as telecomunicações. O que deu um novo fôlego ao capitalismo: cada vez mais ele se afasta do campo produtivo e ingressa no espaço fluido da especulação e da configuração do capital como própria energia. A essa reconfiguração histórica no âmbito econômico que fortaleceu uma relação de interdependência com outros sistemas (cultura, comunicação, política etc.) Armand Mattelart denomina de *paradigma tecnoinformacional* e assevera que este “tornou-se o pivô de um projeto geopolítico que tem como função garantir o rearranjo geoeconômico do planeta em torno dos valores da democracia de mercado e em um mundo unipolar” (MATTELART, 2002, p. 139). Na tentativa de se manterem conectados ao mercado, os países têm adotado políticas de entrada na chamada *Sociedade da Informação*, seguindo o modelo hegemônico de referência. Essa tendência tem fortalecido uma perspectiva unipolar marcada por uma globalização econômica unilateral, cuja perspectiva de rede não é multilinear ou descentrada (a não ser na articulação de novos mercados e exploração de mão-de-obra e matérias-primas), mas acentua fortemente a relação *centro-periferia*.

No modelo parsoniano da teoria dos sistemas, o sistema econômico é determinado pelas relações de concorrência e intercâmbio num mercado, que está em interação com os demais sistemas e com o meio ambiente (o modo produtivo) e cuja finalidade é regida por ações, dirigidas a um fim - *ações télicas* (MÜNCH, 1999). Com a democracia de mercado e o rearranjo geoeconômico do planeta, o sistema capitalista se tornou um sistema fechado e autorreferente (LUHMANN, 1997). O capital, que na visão parsoniana era concebido como *meio de intercâmbio*, passa a ser o *produto* do próprio sistema.

Embora possamos fazer críticas à visão sistêmica desenvolvida por Luhmann, principalmente em relação ao “apagamento do sujeito”, é preciso lembrar que o conceito de *sistema* também é atravessado pelo conceito de *estrutura*, que também retira o sujeito.⁴ O que a noção de sistemas possibilita é perceber o real em sua complexidade, tendo consciência de que para apreender o real é preciso fazer cortes. Contudo, é preciso ter consciência do limite do desenvolvimento de modelos e estruturas e suas aplicações. A própria comunicação midiática pode ser vista sob o ponto de vista sistêmico em seus processos tecno-operacionais, rotinas de produção e regulações, uma vez que cada lógica complexa de funcionamento é desenvolvida em seu interior e corresponde a racionalidades que operam como mediações de sociabilidade, de disputa simbólica, de conformidade e de reordenamento. “A comunicação sempre tem, na rede de conexão recursiva de suas próprias operações, outros precedentes – e outros eventos subsequentes” (LUHMANN, 1997, p.85) e pode transpor limites territoriais. Tomemos como exemplo as redes informáticas que

4 A perspectiva de Luhmann não atribui ao sujeito uma autonomia comunicativa individual, visto que se tivesse que assumir a subjetividade em seu modelo sistêmico, teria que conceber o sujeito individual como um sistema próprio, o que tornaria quase impossível o estabelecimento de *acoplamentos*, ou seja, comunicações entre esses sistemas.

cobrem grande parte do mundo e interligam, principalmente, os grandes centros econômicos, que, por sua vez, possuem os grandes centros de armazenamento e distribuição de informação. Centros produtores de autorreferências sobre o próprio modelo de globalização centrado no econômico, que são difundidas e alimentam todo um sistema mundialmente.⁵

Esse processo geopolítico de interconexão de mercados globais se projeta como um sistema econômico autorreferente que se quer independente dos sistemas políticos nacionais e interconectado pelas redes informáticas. Suas estratégias têm sido objeto de um recorrente processo de *alquimia simbólica*, sob o *eufemismo* de sociedade da informação. A essa operação Pierre Bourdieu denomina “transfiguração das relações de dominação e exploração” (2003, p. 167). Essa perspectiva representa uma das vertentes das construções teóricas sobre as tecnologias da informação e da comunicação, que acabaram por assumir o conceito de *sociedade da informação* ou de *sociedade global da informação* – termos criados e

5 Um sistema mundial assimétrico e piramidal em que os serviços e tecnologias de transmissão de dados são oferecidos de maneira diferenciada, tanto na qualidade da banda de transmissão como nos preços. Os preços pagos pelo acesso em banda larga no Brasil são centenas de vezes maiores que em outros países. Em São Paulo, a *NET* cobra R\$ 39 pela velocidade de 1 Mbps (megabyte por segundo), enquanto a *Telefônica* chega a cobrar pela mesma velocidade R\$ 159,80. A *Brasil Telecom* oferece em Brasília o serviço de 1 Mbps por R\$ 239. Em Manaus, a Associação Brasileira de Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas (TelComp) registrou o valor de R\$ 716,50 pela conexão de 1 Mbps. O Mbps de Manaus é 395 vezes mais caro que o do Japão, onde o *Yahoo!* cobra por 1 Mbps o equivalente a R\$ 1,81. Na Itália, A *Tiscali* cobra o correspondente a R\$ 4, 32 ao mês. A *Orange*, na França, tem uma taxa de R\$ 5,02, e, nos Estados Unidos, pela mesma velocidade, a *Time Warner* cobra o equivalente a R\$ 12,75. O problema se agrava no fato de que a velocidade de 1 Mbps é vendida no Brasil como sendo banda larga, enquanto a UIT (União Internacional de Telecomunicações) considera banda larga velocidade igual ou superior a 2 Mbps. (Banda larga no Brasil é quase 400 vezes mais cara que em outros países. *PCWorld, Notícias*, 03/09/2007. Disponível em : <<http://pcworld.uol.com.br/noticias/2007/09/03/idnoticia.2007-09-03.6895295376/>>. Acesso em: 10 jan. 2008.

defendidos pelo grupo dos sete países mais ricos do globo, o G7⁶ (hoje mais a Rússia).⁷ Nas discussões na Cúpula Mundial da Sociedade da Informação (Genebra, novembro de 2003), os Estados Unidos não abriram mão de continuar a ter sob seu controle a governança da internet, através da ICANN,⁸ organização que controla todo o processo mundial de nomes e registros de domínios da rede. A ICANN funciona segundo o modelo de “*multistakeholder*” em que as empresas multinacionais têm a mesma representatividade que os países na instituição. O que vemos é que cada vez mais os sistemas políticos nacionais tensionam esse modelo pautado no mercado. Em 2007, na reunião do *Internet Governance Forum* (IGF Brazil 2007), realizada no Rio de Janeiro, os países da América Latina criticaram o modelo e demonstraram interesse em criar sua própria entidade para políticas de internet.⁹

6 O então Grupo dos Sete (G7), Estados Unidos, Canadá, França, Alemanha, Itália, Grã-Bretanha e Japão, constituíram um acordo para desenvolvimento de uma Infraestrutura Global de Informação (GII) como base para uma proposta comum de Global Information Society (GIS). Atualmente é denominado G8 com inclusão da Rússia.

7 Há perspectivas distintas que constroem caminhos em torno da concepção de uma Sociedade do Conhecimento ou Sociedade da Comunicação (WOLTON, 2003; MATTELART, 2002; PASQUALI, 2005)

8 “A *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* (ICANN) é uma organização sem fins lucrativos que está no topo da pirâmide da estrutura da gestão da internet mundial. Para se ter uma ideia de seu poder, uma de suas atribuições é simplesmente administrar os root-servers (servidores-raiz) que formam a base do Sistema de Nome de Domínio (DNS), responsável pelo funcionamento da internet. Os órgãos vinculados à ICANN também são responsáveis por administrar a alocação de endereços IP, bem como a padronização dos protocolos que permitem o acesso aos serviços da rede mundial”. CGI.BR. *Dez anos do Comitê Gestor da Internet*. Imprensa, Clipping [publicado na revista Tema], 04/05/2005, disponível em [<http://www.nic.br/imprensa/clipping/2005/midia14.htm>], acesso em 15/10/2007.

9 Verônica Couto. *AL quer criar sua própria entidade para as políticas de internet*. Observatório do Direito à Comunicação, Notícias [publicado originalmente em Telesíntese], 12/11/2007. Disponível em: <[http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=1928]>. Acesso em: 15 nov. 2007.

A transfiguração simbólica das relações econômicas pretendia fazer com que os países em relação de desigualdade com o poder hegemônico assumissem a entrada na sociedade da informação como algo inevitável, portanto estrutural, e necessário para o fortalecimento do desenvolvimento econômico e, conseqüentemente, social. Nessa lógica, a relação desigual é *reconhecida* como “parceria”, “responsabilidade entre nações”, “compromisso planetário”, como “dívida da humanidade”. Aqui se realizaria a operação simbólica de *encantamento*. “É preciso encantar a relação de dominação e exploração, de modo a transformá-la em relação doméstica de familiaridade, através de uma série contínua de atos adequados a transfigurá-la simbolicamente, eufemizando-a” (BOURDIEU, 2003, p. 168). Nos debates do *Internet Governance Forum*, vem se demonstrando um conjunto de estratégias em que regras dominantes são apresentadas como as regras do jogo: estabelecer controle da informação, aceitar e reconhecer patentes, defesa do mercado de software e outras tecnologias da informação. O poderio econômico, tecnológico e militar que marca a relação desigual é transfigurado em capital simbólico, cujo agente é o modelo ascendente de mídia transnacional, envolvendo o binômio informação/entretenimento, e potencializado pela veiculação digital via rede mundial de computadores. Um exemplo dessa junção: o pesquisador norte-americano Vincent Cerf, um dos criadores do protocolo IP (*Internet Protocol*) e atual “evangelista chefe” do Google, defendeu a permanência da ICANN como organismo gestor da internet mundial no modelo “*multistakeholder*”, em que a empresa digital Google tem a mesma voz e voto que o Brasil, Espanha, África do Sul ou qualquer outro país com assento na organização.¹⁰

10 Guilherme Felitti. *Vint Cerf, pai da internet, quer governos longe da gestão da web*. Observatório do Direito à Comunicação, Notícias [publicado originalmente no IDGNow!], 14/11/2007.

1.3 Uma “nova” modernização: a Sociedade da Informação

Se nos países chamados, na época, subdesenvolvidos, o difusionismo das inovações tecnológicas marcou o que propunha a modernização, na época contemporânea, dita “pós-industrial”, o novo modelo de desenvolvimento é o informacional, em que as tecnologias da informação e da comunicação (TICs) são responsáveis pela produção da sociedade em rede e as empresas-rede (CASTELLS, 2003). No momento em que os países menos desenvolvidos participavam, nos anos 70, de projetos apoiados por organismos internacionais de cooperação com o uso do rádio, da imprensa e outros meios de comunicação, o Japão iniciava seu plano para responder ao desafio das novas tecnologias. Em 1971, põe em marcha, sob o olhar atento dos demais países industriais, um plano de “sociedade da informação” elaborado pelo *Japan Computer Usage Development Institute* (Jacudi) (MATTELART, 2002, p.108).

Com a crise enfrentada pelos países ocidentais, por motivo da exaustão do modelo de crescimento industrial, o relatório de Simón Nora e Alan Minc para o governo francês propõe que a informática e sua convergência com as telecomunicações podem agravar ou contribuir para a solução (MATTELART, 2002, p.113). A informação, a informática, os bancos de dados, os satélites e as telecomunicações passam a ser problemas de independência ou dependência das nações, pois, segundo os relatores, possibilitariam e amplificariam a circulação dos fluxos sem fronteiras. A posição do livre fluxo de informações (*free flow of data*) foi defendida pelos governos norte-americano e britânico, mas não pela França e vários dos países subdesenvolvidos. O debate se estendeu à UNESCO, presidida

Disponível em: <[http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=-com_content&task=view&id=1965]>. Acesso em: 16 nov. 2007.

pelo Nobel da Paz, Sean McBride, cujo relatório contra o livre fluxo e por uma “Nova ordem da Informação e da Comunicação” (Nomic)¹¹ fizeram os EEUU e Reino Unido retirarem seu apoio ao organismo da ONU (MATTELART, 2002, p. 122).

Nos documentos e propostas dos organismos internacionais o termo “sociedade da informação” vai ganhando força e os organismos com tendência mais técnica, como a União Internacional de Telecomunicações (UIT), vão se fortalecendo sobre os de vocação mais cultural como a Unesco (MATTELART, 2002). Na lógica da sociedade capitalista informacional em rede, os próprios organismos consensuais dentro das Nações Unidas (ONU) têm, paulatinamente, saído do centro das decisões mundiais. Seu espaço vem sendo ocupado por um “novo clube dos mega-poderes”: o Fundo Monetário Internacional (FMI), Banco Mundial, Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), Organização Mundial do Comércio (OMC) e Grupo dos Oito (G8), em que *o voto dos países ricos vale 1.322 vezes mais que o voto dos países mais pobres* (PASQUALI, 2003, p. 19). O tema mesmo da Comunicação, antes a cargo da UNESCO, passou para a União Internacional de Telecomunicações (UIT) sob o nome de “Informação”. Das Organizações das Nações Unidas, “talvez seja a mais avançada em termos de privatização, com 189 países-membros, 660 membros do setor privado e nenhuma organização sequer representando a Sociedade Civil” (PASQUALI, 2005, p.20).

A União Europeia começa seus ajustes sobre as redes de informação dos países membros, em 1987, com o Livro Verde. E os EEUU propõem seu programa *National Information Infrastructure* em 1993, mas, já em 1994, Al Gore assinala a construção de uma *Global Information Infrastructure* (GII)

11 No Brasil, o relatório *Nomic* foi publicado em livro sob o título *Um mundo e muitas vozes*, pela Fundação Getúlio Vargas em parceria com a Unesco, no ano de 1985.

(MATTELART, 2002, p. 127-28), em pauta a abolição dos monopólios nacionais de telecomunicações. O processo capitaneado pelos Estados Unidos da América é classificado por Gaëtan Tremblay como “sonho norte-americano da nova fronteira”.

Para lograr sus objetivos, el gobierno norteamericano había adoptado una estrategia fundada en cinco principios: la inversión privada, la competencia, el acceso abierto, un marco regulatorio flexible y el acceso universal. No sólo se felicita del éxito de su política en su propio país, sino que se vanagloria de haber logrado imponerla a todo el mundo (TREMBLAY, 2005, p. 55-56).

O modelo do capitalismo informacional procura diminuir a mediação das políticas dos estados, propondo uma relação direta mercado-consumidor. Apagar-se-ia a figura do cidadão surgindo o “cliente” (TREMBLAY, 2005). O mediador coletivo caracterizado pelo estado teria seu fim decretado. “Los mercados monetarios mundiales’ son tan poco controlables por los Estados como las masas de datos de las redes mediáticas, pero sus especuladores influyen en la política” (PROSS, 1999, 334). E as virtudes cardeais da sociedade informacional, segundo Mattelart (2002, 150), são “descentralizar,’ globalizar,’ ‘harmonizar’ e ‘doar pleno poder para fazer’”, ou seja, o *empowerment*. Mas faz uma pergunta: “Ele dá pleno poder a quem? Ao indivíduo-eletrón livre e soberano em um mercado livre” (MATTELART, 2002, 150). Mas se o capitalismo conseguiu uma maior relação direta com o consumidor/cliente, ainda não deixou de manter relações paradoxais com o estado, principalmente quando necessita de

socorro financeiro, a exemplo do programa do Banco Central do Brasil, que evitou a falência de diversos bancos no país através do PROER.¹²

1.4 O digital e a lógica da Sociedade da Informação

O mito da sociedade conectada e em rede via digitalização dos dados se transformou no novo Proteu (MATTELART, 2002). “A empresa-rede é promovida a símbolo do fim da contradição entre o trabalho e o capital que limitou a era industrial” (MATTELART, 2002, p.154). A crítica de Mattelart a Manuel Castells aponta que a “meritocracia” da sociedade em rede (só vão ficar os melhores e mais capacitados trabalhadores), defendida pelo sociólogo, esvazia o “cibermundo” de seus agentes sociais, pois o trabalho só é visto mediante sua relação técnica (2002, p.154).

A técnica digital (a conversão de toda e qualquer informação textual, sonora e em imagem no código binário 0 ou 1) se converteu na possibilidade de uma só língua matemática com capacidade para traduzir todas as outras no ciberespaço e na internet. O culto à racionalidade, à perfeição, à “verdade” dos números não é de agora. “Para Leibniz e seus contemporâneos, a busca de métodos de cálculo mais rápido visa responder às

12 “O conjunto composto pela Medida Provisória nº 1.179 e a Resolução nº 2.208, ambas de 3/11/95, implantou o Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional (Proer), que veio para ordenar a fusão e incorporação de bancos a partir de regras ditadas pelo Banco Central. Sua chegada, logo após a crise do Econômico, o 22º banco sob intervenção/liquidação desde o real, implantado em 1º/7/94, não deixa de ser, entretanto, uma forma do governo antecipar-se a outros problemas, e facilitar o processo de ajuste do SFN. Com o Proer, os investimentos e a poupança da sociedade ficam assegurados. Há uma adesão incondicional ao mecanismo de proteção aos depositantes, introduzido pelas resoluções 2.197, de 31/8/95, e 2.211, de 16/11/95, do CMN, evitando que futuros problemas localizados possam afetar todo o sistema, com reflexos na sociedade brasileira.”
Fonte: Banco Central do Brasil. *Programa estimula a reestruturação de bancos*. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?PROER>>. Acesso em: dez. 2007.

exigências da formação e do desenvolvimento do capitalismo moderno” (MATTELART, 2002, p.13). Foi importante para a fundamentação do paradigma da sociedade da informação, o enfoque nas práticas tecnológicas industriais, principalmente a partir do cálculo dos computadores, dos estudos do economista franco-americano Marc Uri Porat, que Porat centra sua atenção nos sistemas de informação (computadores e telecomunicações). Disso resulta uma definição da informação inscrita na mais pura tradição do estoque numérico: ‘quantidades de dados (data) que foram organizados e comunicados’” (MATTELART, 2002, p. 70). Vilém Flusser (2007) não classifica como negativa ou positiva essa migração dos números do sistema alfanumérico para novos sistemas, como os digitais, por exemplo. Enfatiza que o mundo tanto pode ser descrito (a lógica, inspirado em Hegel) como calculado (a matemática, a dispersão de partículas, inspirado em Plank). Flusser vê criatividade tanto no ato da descrição como no ato do cálculo, já os adeptos da escrita como forma de representação do mundo tentariam negar a criatividade do cálculo.

Aqueles que se dedicam a escrever tentam negar isso. No ato de contar, vêem apenas o cálculo, que acreditam ser frio e carente de sentimentos. Esse é um mal-entendido quase malévolos. Quando se faz contas, trata-se de, pelo ato de computar, transformar aquilo que é friamente calculado em algo novo, algo que nunca existira antes. Esse ímpeto criativo é vedado àqueles que não se dão bem com as contas por verem nelas apenas números (FLUSSER, 2007, p. 84).

Flusser dá como exemplos a beleza e a profundidade filosófica de equações como as de Eistein e as cores, formas e tons desenvolvidas a partir dos cálculos dos computadores. Tais imagens constituem “sínteses” que se tornam perceptíveis aos sentidos, são representações geradas a partir dos próprios dígitos. “O que é fascinante no cálculo não é o fato de que ele

constrói o mundo (o que a escrita também pode fazer), mas a sua capacidade de projetar, a partir de si mesmo, mundos perceptíveis aos sentidos” (FLUSSER, 2007, p.84-85). Esta tendência percebe o agenciamento entre arte, tecnologia e ciência como possibilidade de uma *imaginação criadora* (PARENTE, 1999, p.17). Em outra linha de pensamento, as imagens de síntese, geradas em processos computacionais digitais, fizeram o conceito de imagem, na cultura contemporânea, romper com os modelos de representação, tornando-se autorreferente. Ou seja, a imagem digital “não reproduz uma realidade preexistente” (PARENTE, 1999, p. 17). Essa visão se aproxima da concepção de Sodré (2002), pois com o advento da digitalização, o conceito de imagem tradicionalmente conhecido, de reprodução analógica de um referente real, por meio de um dispositivo técnico, não se enquadra muito bem. Sodré propõe um outro, o de *visualização*, “entendido como a pura verificação ótica de um funcionamento técnico” (2002, p. 76). Isso devido à origem da imagem digitalizada não provir de referências “figuráveis no real-histórico”, mas de processamentos algorítmicos. O importante é que a representação digital, capaz de materializar, na forma de imagens, “realidades” que podem até não ter referência direta no real-histórico são concebidas, produzidas mediante a ação imaginativa, criativa do homem; portanto, ainda são representações que, por sua força simbólica, atuam na realidade. (LACERDA, 2003, p.18-19).

Além do poder de criação, a digitalização seduz pela *performance* e *autonomia*, que parecem não ter limites: “Escrever, se corresponder, arquivar, apagar, sem limites, sem esforço, continuamente, fora das pressões do tempo e do espaço, constituem o principal trunfo dos sistemas automatizados” (WOLTON, 2003, p. 86).¹³ Contudo, o próprio Wolton relativiza

13 Embora pareça tecer elogios ao digital, percebemos na abordagem de Wolton certa ironia ao falar dos triunfos das novas tecnologias da comunicação, como se assumisse por um momento o conjunto de discursos daqueles que ele chama “utópicos”, para, em seguida

o estar “fora das pressões do tempo e do espaço”, pois a informação digital é fruto de um saber e de uma construção, ou seja, “o *dado* só existe após ter sido construído, ele é tão arbitrário e reflete diretamente uma relação com o real, quer dizer, uma escolha” [grifo do autor] (WOLTON, 2003, p. 91). Assim, embora Sodré afirme que nem sempre as sínteses digitais tenham referência no “real-histórico”, como representação, haveria, sim, uma relação: são escolhas produzidas por sujeitos inseridos nesse “real-histórico”. Até mesmo teóricos ufanistas concordam que a informação digital não está fora dos limites espaço-temporais.

Os códigos de computador inscritos nos disquetes ou discos rígidos dos computadores – invisíveis, facilmente copiáveis ou transferíveis de um nó a outro da rede – são quase virtuais, visto que são quase independentes de coordenadas espaço-temporais determinadas. No centro das redes digitais, a informação certamente se encontra *fisicamente situada* em algum lugar, em determinado suporte, mas ela também está *virtualmente presente em cada ponto da rede onde seja pedida* [grifos do autor]. (LÉVY, 1999, p. 48).

Digitalizar uma informação é traduzi-la em uma outra linguagem, a dos números, especificamente sob a forma de 0 e 1, denominada linguagem binária. É o processo básico para todo processamento de dados e, ao mesmo tempo, a unidade básica de mensuração da “capacidade de transmissão de toda tecnologia de comunicação que pode ser avaliada” (ROSZAK, 1988, p.30). A binarização tem sua importância por haver dispositivos técnicos distintos que podem gravar e transmitir a partir desse tipo de codificação; a transmissão e cópia do material digitalizado têm perda mínima comparada

criticá-los, pois, de fato, enxerga esse “triunfo” como a representação do “ideal individualista liberal” (WOLTON, 2003, p. 86).

a outros processos e, por fim, “os números codificados em binário podem ser objeto de cálculos aritméticos e lógicos, executados por circuitos eletrônicos especializados” (LÉVY, 1999, p.51). Isso corresponde a dizer que a informação digitalizada possibilita um processamento automático das informações, de modo rápido, com precisão e em grande escala (LÉVY, 1999, p.52). Principalmente, a digitalização permite “o controle das informações e das mensagens ‘bit a bit’, número binário a número binário, e isso na velocidade de cálculo dos computadores” (LÉVY, 1999, p. 52). Cada dado pode ser rastreado, mapeado e indexado, possibilitando uma aceleração nos processos de produção, revisão, publicação e distribuição de diversos tipos de produtos, mesmo os já tradicionais jornais impressos, livros ou mais contemporâneos como CDs e DVDs.

Para Virilio, a velocidade do processamento digital corresponderia à predominância do tempo técnico sobre a “importância histórica do tempo local das sociedades, dos países, em proveito exclusivo de um tempo mundial” (VIRILIO, 1999, p. 106). O controle da informação daria espaço para a “televigilância generalizada” e à “*infowar*”.¹⁴ A representação digital interferiria em nossa relação com a realidade com “empobrecimento das aparências sensíveis”. Seria o “crash do visível” em que o “*analógico* cede suas prerrogativas ao *digital*” [grifos do autor] (VIRILIO, 1999, p. 110-111).

Assim, com a progressiva digitalização das informações audiovisuais, táteis e olfativas, indo de par com o declínio das sensações imediatas, a *semelhança analógica* do

14 Ainda em 1988, Theodore Roszak apontava que a ANS (Agência Nacional de Segurança) estava financiando “trabalhos pioneiros de reconhecimento de voz por computador; o que significaria que possui dispositivos capazes de reconhecer termos tais como ‘bomba’ e ‘assassinato’ ao fazer suas monitorações rotineiras de chamadas telefônicas, uma das principais atividades da agência”. (ROSZAK, 1988, p. 274).

próximo, do comparável, cederia lugar à *verossimilhança digital* do longe, de todos os longes, poluindo assim, de forma definitiva, a ecologia do sensível [grifos do autor]. (VIRILIO, 1999, p.111).

A possibilidade de imagens de síntese representaria, desta forma, a “derrota dos fatos” em que não teríamos controle da nossa relação com o *real*. A digitalização representaria a *poluição da ecologia do sensível*. Mesmo o tom de denúncia de Virilio sobre a codificação digital como forma de representação, como tecnologia de transmissão e armazenamento de dados, corre o risco de ver o digital como uma segunda natureza em que um processo de *seleção natural* a faria devorar a natureza sensível, o *meio ambiente* em que vivemos. Trata-se de colocar essa argumentação no devido lugar, de que não se trata de naturalizar a tecnologia, pois toda ela é social e construída, logo é determinante e determinada culturalmente. É preciso reiterar sempre que “o computador é um produto do homem, portanto, é parte da sua cultura”. (SCHAFFE, 1995, p. 73).

O “meio ambiente informatizado” é, afinal de contas, algo feito por nós. Deveria, portanto, estar sob nosso controle mudá-lo para que sirva a nossos próprios valores. É uma visão sinistra da vida, esta que assume que devemos nos tornar timidamente as vítimas da cultura que criamos. (ROSZAK, 1988, p. 76).

Um dos aspectos da digitalização que se caracteriza em mudanças técnicas e também culturais é a convergência dos meios. Antes, “os terminais diferentes remetiam a atividades diferentes, a áreas diferentes, a culturas diferentes. Amanhã, ao contrário, tudo estará disponível no mesmo terminal” (WOLTON, 2003, p. 97). Wolton lembra que o que dependia do telefone era diferente do que dependia do rádio ou da televisão, que, por sua vez, era totalmente distinto do que se fazia com um computador. Hoje,

vemos um celular com o qual além de se falar com outra pessoa, pode-se mandar mensagens, jogar, fazer cálculos, navegar em rede, ouvir músicas, sintonizar rádios, ver vídeos e, em breve, ter acesso à programação televisiva. A base digital não só possibilitou o tráfego dos dados em diferentes suportes como também ao englobar esses, tornou possível a convergência das telecomunicações, a informática e os meios de comunicação. “Este nuevo sistema mediático engloba todas las formas de comunicación humana en un formato digital donde dejan de tener aplicación las reglas y constricciones del mundo analógico” (PAVLIK, 2005, p. 15). Não é de se estranhar que adeptos da ideia de mercado livre e sem fronteiras defendiam, nos anos 80, a desregulamentação tanto da mídia quanto das telecomunicações, consideradas convergentes. Fatos como a tentativa de abolir a *Federal Communications Commission* (FCC), em 1994, tanto por republicanos como por democratas norte-americanos, ou a Grã-Bretanha estabelecer uma nova lei de radiodifusão, em 1996, com um modelo para a administração do processo de digitalização (BRIGGS; BURKE, 2004, p.274-279), corroboram o argumento de que as regras válidas para os meios analógicos não o eram para a tecnologia digital. A compressão dos dados, por exemplo, faz com que uma transmissão analógica de televisão em uma banda de 6 MHz, como a brasileira, que comporta seis redes nacionais, passe a ocupar, com o sinal digital em *bits*, menos da metade do mesmo espaço de frequência. O mesmo espaço poderia comportar 32 canais digitais em baixa definição, o que já seria muito superior à qualidade atual de transmissão. A decisão política do Brasil, em 2006, foi pela alta definição (HDTV), o que interessa aos atuais *players*, pois vão ocupar toda a frequência.

A preocupação política de que o digital se projeta como o domínio de todos os campos do audiovisual levou a Comunidade Europeia a pensar a *convergência* em termos da preservação ou não do audiovisual comunitário. O fato de o digital ser a base tanto para telefonia como televisão e computador colocava em questão o tratamento especial que se dava ao

audiovisual comunitário, que deveria ser submetido, assim como eram as telecomunicações, somente às leis do mercado (VIRILIO, 1999, p.108). Essa visão sobre a digitalização como possível interdição aos meios comunitários não é unânime entre os que abordam o tema.

A esse respeito, a rádio comunitária tem um papel importante nos países em desenvolvimento, e, nas sociedades industriais, a liberação do espectro e a digitalização das comunicações criaram novos espaços para vozes alternativas que fornecem o foco tanto para interesses específicos da comunidade como para o contrário e o subversivo. (SILVERSTONE, 2002, p. 193).

Não se trata aqui de fazer uma diferença entre ufanistas e pessimistas, mas de apresentar a complexidade do digital como fenômeno tecnológico, político, cultural e social e, ao mesmo tempo, o enredamento de sua abordagem nas diferentes instâncias de produção do que podemos chamar de conhecimento válido sobre o tema. O desafio epistemológico é proposto adiante.

No momento em que se tem a impressão de uma continuidade enfim possível entre tecnologia e conteúdo, entre tecnologia e sentido, é preciso, ao contrário, redobrar a vigilância para distinguir o mais claramente o que diz respeito à performance da técnica e o que provém da capacidade humana e social de comunicação. (WOLTON, 2003, p.97).

Não somente distinguir, acrescentaríamos, mas também identificar as situações em que se articulam a capacidade humana de comunicação e o desempenho técnico. A performance técnica do digital e seu caráter de linguagem universal nascem com os computadores, mas sua gênese está

relacionada à precisão matemática do conceito de informação desenvolvido por Shannon e levado a termo por Wiener, para quem “a informação é a base da vida” (ROSZAK, 1988, p.36). Para Wiener, o nosso viver e adaptação ao meio ambiente se dão pela informação.

Informação é o termo que designa o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-nos a ele, e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido. O processo de receber e utilizar informação é o processo de nosso ajuste às contingências do meio ambiente e de nosso efetivo viver nesse meio ambiente. (WIENER, 1984, p.17-18).

A base biológica da informação fortaleceu-se e se aproximou da cibernética de Wiener quando os microbiologistas James Watson e Francis Crick anunciaram, em 1952, a quebra do “código genético”. “O próprio uso da palavra *código* nesse contexto era significativo. (...) parecia imediatamente ligar as descobertas dos biólogos àquelas dos novos teóricos da informação, cujo trabalho tinha muita relação com a ‘codificação’ da informação” (ROSZAK, 1988, p.36). Para Virilio (1999), a informação é “energia” capaz de produzir a “bomba informática”. Os dígitos, por si só, não constituem linguagem, mas sua codificação, sua organização, articula-se de forma a produzir sentido. “Onde quer que se descubram códigos, pode-se deduzir algo sobre a humanidade” (FLUSSER, 2007, p.130). Mesmo que sejam códigos para pôr em comunicação máquinas, é produto humano. O potente e veloz cálculo algorítmico para produzir uma paisagem ou uma animação por computador necessita de uma ideia, de alguém que conceba e proponha os parâmetros, ou seja, “a ideia aparece primeiro, a ideia contém os dados, a ideia governa os dados” (ROSZAK, 1988, p.180). Por mais que números, palavras, formas geométricas, gráficos, músicas, audiovisuais sejam transformados em extensas sequências de 0 e 1, Roszak é categórico

em afirmar que aquilo metaforicamente denominado “linguagens de programação” não constitui linguagens, mas sistemas de codificação. “O fato de um transistor não ser capaz de diferenciar *bits* que são dados de *bits* que são ideias, não significa que *nós* possamos ignorar essa distinção fundamental”. [grifos do autor] (ROSZAK, 1988, p. 180).

Mas se os códigos podem nos ajudar a deduzir algo sobre a humanidade, o que se pode concluir da codificação que forma os protocolos, *softwares* e padrões de comunicação, que constituem as “novas linguagens da sociedade informacional” (SILVEIRA, 2006, p.62)? O protocolo TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) é um exemplo. Para que as redes possam se comunicar e fazer fluir os dados digitais são necessários programas de computador, infraestrutura de rede e protocolos comuns. São os protocolos que constituem fluxo ou barreira para a troca de dados.

Protocolos podem ser controlados e desenvolvidos de modo privado ou público, podem ser propriedade privada, coletiva ou comum. Podem delimitar a forma com que a interação vai ocorrer em uma rede, facilitar a interação e a integração de novas redes e pessoas ou simplesmente dificultá-la. (SILVEIRA, 2006, p. 63).

Sérgio Amadeu da Silveira coloca o problema dos *softwares* abertos e fechados. Em um *software* fechado, só se tem acesso ao código executável, que faz funcionar o programa, mas não se pode acessar o código-fonte, aquele que traz o seu “DNA” e que possibilita identificar rotinas indesejadas ou falhas de programação. O código-fonte, no caso do software proprietário, é privativo de quem o criou ou da empresa que o financiou. “Um *software* e um protocolo de comunicação fechado é opaco e sem transparência diante das pessoas que o utilizam e têm seu comportamento por ele regrado” (SILVEIRA, 2006, p. 64). Essa opacidade do

código digital foi antevista por Schaff (1995) ao pensar a “sociedade informática” em que todas as esferas da vida pública estariam cobertas por processos informatizados ou alguma forma de inteligência artificial: “[...] o verdadeiro problema é quem deve gerir os resultados deste processo informático generalizado e como utiliza os dados que tem à sua disposição. Quanto maior é a expansão do processo, maior é o perigo de uma divisão entre os que possuem e os que não possuem as informações adequadas” (SCHAFF, 1995, p.49). Diríamos, assim, que o problema se coloca também em termos de quem tem e quem não tem a posse dos códigos-fonte, protocolos de comunicação e *softwares*. Para Wolton (2003), a transparência social é impossível e seria falso imaginar o desaparecimento da burocracia no momento em que cada pessoa pudesse realizar qualquer coisa a partir do seu terminal de computador. “O que a máquina permitirá simplificar e tornar mais direto e transparente, de um lado, será ao contrário mais regrado, mas fechado, mais codificado de outro” (WOLTON, 2003, p. 106).

Não só a cultura do computador, mas também os meios massivos de informação possibilitaram as bases da construção da racionalidade técnica contemporânea, codificada digital e artificialmente, que se oferece como organizadora da sociedade, das relações sociais, da política sobre as bases do mercado. A identificação do progresso com as tecnologias digitais tem se tornado massiva e onipresente nos discursos dos políticos, das mídias e das elites (WOLTON, 2003, p. 84).

Los consórcios mediáticos anuncian así, a nivel multinacional y multimedial, con tácticas regionalmente votadas, la primacía del mercado mundial sobre el Estado. Esto es todavía un argumento racional, pues las consecuencias de la primacía se pueden tocar con las manos. “El mercado”, sin embargo, se personifica como fuerza inevitable del destino. (PROSS, 1999, p. 345).

Personificada no mercado, a racionalidade técnica se organiza na lógica do consumo. A primazia se dá por intermédio do consumo. Na política, o cidadão é o “cliente” do Estado, já denunciava Tremblay (2005) sobre a estratégia global estadunidense. A comodidade de consumir *on line* o que as tecnologias vão oferecer se transforma em bandeira de marketing. “A fartura está disponível a todos sem hierarquia nem competência com a ideia que se trata de um espaço transparente. Compreende-se que isto nutra doces utopias” (WOLTON, 2003, p. 85). Distanciando-nos das utopias, o que encontramos concretamente é um paradoxo: o alto consumo dos serviços digitais tem disparado o poder econômico das multinacionais de telefonia, mas isso não tem resultado em benefícios aos consumidores como a tão esperada universalização dos serviços. No Brasil,

cerca de 40% das residências não estão conectadas a algum serviço de telefonia, seja fixo ou celular. Metade das escolas públicas também não dispõem de linhas telefônicas. Se a radiodifusão, via televisão, está praticamente universalizada, o mesmo não podemos afirmar das telecomunicações. Oito anos depois da privatização da Telebrás, ainda não concluímos o processo de universalização da telefonia e demais serviços básicos relacionados às telecomunicações.¹⁵

Entretanto, são as empresas multinacionais de telecomunicações que mais têm faturado alto nos países da América Latina. A Telefônica da Espanha alcançou lucro líquido de 1,2 bilhão de euros (1º trimestre 2007), com um crescimento de 7,7% sobre o mesmo período do ano passado. No trimestre, a receita da empresa alcançou 13,7 bilhões de

15 DANTAS, Marcos. Telecomunicações: ainda falta muito para universalizar. Tele.Síntese, 04/01/07. Disponível no Clipping FNDC <http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=121469>. Acesso em: 07 jan. 2007.

euros com crescimento de 15,1%. O Brasil contribuiu com 1,8 bilhão de euros (incluindo 50% da Vivo). No total, a América Latina representou 34,1%, só superado pela unidade espanhola que representou 36,6%.¹⁶ A mesma Telefônica espanhola comprou ações da controladora da Telecom Itália que, por sua vez, controla a TIM no Brasil. A operadora de telefonia celular TIM anunciou lucro líquido de R\$ 34,01 milhões (cerca de 13,34 milhões de euros) no segundo trimestre de 2007 no Brasil. A Vivo comprou a Telemig Celular por R\$ 1,2 bilhão (cerca de 469,5 milhões de euros), tornando-se líder absoluta do mercado de celulares no Brasil, com 33% de participação, atingindo 35 milhões de clientes.

1.5 As tecnologias da informação e da comunicação (TIC's) e os programas de inclusão digital no Brasil

A tentativa de universalização é ainda dispersa, mas, dentro do contexto da Sociedade da Informação, tem se disseminado projetos de inclusão digital cuja premissa é o acesso às tecnologias digitais de informação e comunicação, principalmente a internet, como estratégia para *inclusão social*.¹⁷ Por meio de parcerias entre sociedade civil, governo, autarquias e iniciativa privada, há um considerável surgimento de telecentros nas grandes metrópoles brasileiras.¹⁸ O risco da *inclusão digital*

16 América Latina puxa resultados da Telefônica. *TI Inside*, 17/05/07. Disponível no Clipping FNDCC <http://www.fndc.org.br/interinas.php?p=noticias&cont_key=156037>, acesso em 15/08/2007.

17 A visão de inclusão digital como inclusão social é tratada de diferentes perspectivas por Warschauer (2006); Mari Sáez (2004); Torrico (2005); Josgrilberg (2005); Dyson (2001); Robinson (2000); Silveira e Cassino (2003), Silveira (2005).

18 Alguns números: o GESAC (Governo Eletrônico – Serviço de Atendimento ao Cidadão) Disponível em: <http://www.idbrasil.gov.br/menu_interno/localidades/index_html> anuncia possuir 3362 espaços públicos para acesso à internet em todo o país <<http://>

como *inclusão social* é a recorrente metonímia dos conceitos nos discursos desenvolvimentistas contemporâneos, pois a desigualdade de acesso aos computadores em rede representa somente uma parte e não a totalidade do problema da desigualdade em nossas sociedades. “Enquanto a sociedade não estiver disposta a atacar os problemas maiores de desigualdade em moradia, educação e atendimento médico, as tentativas de oferecer acesso igual aos computadores não poderão ser totalmente bem-sucedidas” (DYSON, 2001, p.75). Mesmo assim, Dyson acredita que o acesso aos computadores pode ser “um bom começo”. Para Silveira (2005) não

www.idbrasil.gov.br/menu_interno/file.2007-08-07.8051971372> Atualizado em agosto de 2007. O Banco do Brasil em parceria com órgãos e administrações públicas e ONGs atende a 693 municípios brasileiros com doação de computadores que originaram 1.600 telecentros Disponível em:<<http://www.bb.com.br/appbb/portal/bb/id/Telecentros.jsp>>. O projeto ACESSA SP, do Governo Estadual de S. Paulo, possui 404 Postos (locais públicos para acesso à internet) abertos Disponível em:<http://www.acesasp.sp.gov.br/html/modules/xt_conteudo/index.php?id=9>. O projeto de Telecentros da cidade de São Paulo conta com 152 espaços ativos Disponível em:<<http://www.telecentros.sp.gov.br/index.php?mapas=1>>. O projeto Paranavegar, do Governo Estadual do Paraná, conta com 110 telecentros em todo o estado <<http://www3.pr.gov.br/e-parana/atp/telecentro/index.php>>. A prefeitura de Curitiba possui uma rede de 44 telecentros nos Faróis do Saber <<http://www.curitiba.org.br/digitando/index1.php?digitando=1>>. A prefeitura de Porto Alegre afirma ter 30 telecentros regularizados, recebendo recursos da Prefeitura para prestar serviços de acesso à internet e cursos de informática básica gratuitamente <http://www.telecentros.com.br/default.php?p_secao=2>. Mas informações dos telecentros não são atualizadas desde dezembro de 2004. < http://www.telecentros.com.br/default.php?reg=33&p_secao=5> [dados acessados em: 20/05, 25/09 de 2006 e atualizados em 25/08 de 2007]. Em relação à proporção da população brasileira, o número de telecentros ainda tem uma cobertura limitada. São 16.722 projetos que representam potenciais pontos de inclusão digital (PIDs), segundo o Mapa da Inclusão Digital produzido pelo Ibict e apresentado em 08/05/2007 <http://inclusao.ibict.br/index.php?option=com_content&task=view&id=754&Itemid=517>. No país, 66,68% da população nunca acessou a internet. Dos 33,32% que já acessaram, somente 3,49% o fizeram em centros públicos de acesso gratuito. 40,04% acessam de casa. Fonte: Comitê Gestor da Internet no Brasil (Cgi.br). Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação – TIC Domicílios – julho/agosto de 2006 – C4 – Local de acesso individual à internet < <http://www.cetic.br/usuarios/tic/2006/rel-int-04.htm>> [Acesso em: 25/08/2007].

se trata de só um ponto de partida, mas um aspecto crucial, pois a nova face da exclusão social seria a exclusão digital. Exclusão digital entendida como a privação das pessoas de “três instrumentos básicos: o computador, a linha telefônica e o provedor de acesso” (SILVEIRA, 2005, p. 18). Em sua visão, seria incorreto classificar a exclusão digital como “mera consequência” da exclusão social, pois

o resultado disso é o analfabetismo digital, a pobreza e a lentidão comunicativa, o isolamento e o impedimento do exercício da inteligência coletiva. Estes três resultados podem ser comparados aos estragos que a fome gera nos primeiros anos de vida de uma criança. (SILVEIRA, 2005, p. 18).

Caracterizar a exclusão digital pelo não acesso à tríade computador, telefonia e provedor de acesso é correr o risco de focalizar projetos mais na tecnologia de *hardwares* (equipamentos e estruturas) e *softwares* (programas) e passar quase despercebido pelas condições humanas e sociais que não podem ser deixadas de lado. “Nesse sentido, a exclusão digital caracteriza-se não apenas pelo acesso físico a computadores e à conectividade, mas também a recursos adicionais, que permitem que as pessoas utilizem a tecnologia de modo satisfatório” (WARSCHAUER, 2006, p. 21).

Entre os vários problemas do conceito de exclusão digital desenvolvidos por Warschauer (2006, p. 21-23), destacamos três dificuldades. A primeira delas é justamente atribuir maior importância à presença física de computadores e conectividade, do que a questões como “conteúdo, língua, educação, letramento¹⁹ ou recursos comunitários”. Um outro problema é que o conceito implanta uma falsa ideia de “cisão bipolar” da sociedade, na

19 A noção de “letramento” do autor estaria mais próxima da ideia de desenvolver habilidades específicas para o uso dos computadores e da Internet.

mesma lógica binária (*aberto/fechado*), entre ter ou não acesso a informações, quando o que encontramos de fato são gradações. Entre os que têm acesso, temos desde aqueles que possuem banda larga conectada 24 horas aos que acessam somente depois da meia-noite, durante a semana, por que usam conexão telefônica. Ou estudantes que não têm computador nem internet em casa, mas usam no telecentro ou na escola. E podemos encontrar pessoas que nunca usaram um computador, mas que ao precisarem fazer sua declaração de isento do imposto de renda, solicitam a um filho que o façam no telecentro do bairro. Um terceiro problema apontado por Warschauer é a causalidade pressuposta pelo conceito de exclusão digital: não ter computador nem internet impediria alguém de conseguir oportunidades na vida, ou seja, estaria impedido de exercer sua “inteligência coletiva” como argumenta Silveira (2005). “Embora essa ideia seja incontestavelmente verdadeira, o inverso também é verdadeiro: aqueles que já estão marginalizados terão menos oportunidades de acesso e de uso da informática e da internet” (WARSCHAUER, 2006, p. 23). Assim, a complexidade da relação sociedade e tecnologia ficaria limitada à ação causal da tecnologia sobre a sociedade, pois os instrumentos de tecnologia da comunicação e informação são necessários, mas não suficientes. A tecnologia digital de comunicação e informação “não existe como variável externa, a ser introduzida a partir do exterior, para provocar certas consequências. Ao contrário, está entrelaçada de maneira complexa nos sistemas e nos processos sociais”. (WARSCHAUER, 2006, p. 23).

No mercado dos bens simbólicos, a noção de exclusão digital tem motivado o campo empresarial (a exemplo de grandes empresas de produção de computadores e *software*) também a realizar e apoiar projetos como possibilidade de novas frentes de mercado presentes e futuras. A ênfase em oferecer computadores em grande escala e conectividade, perspectiva da lógica de combate à exclusão digital, deixa claro o dilema da indústria e o limite do seu protagonismo.

As indústrias de computadores e software são orientadas por dois impulsos contraditórios. Por um lado, elas desejam sinceramente ampliar seu mercado, tornando os computadores acessíveis a todos. Por outro lado, são forçadas, por pressões da concorrência, a melhorar constantemente os produtos, aumentando sua potência e velocidade, acrescentando novas características e novas complicações. O segmento superior do mercado impulsiona o desenvolvimento de novos produtos, e os novos produtos permanecem fora do alcance dos pobres. No cabo-de-guerra entre ampliar o mercado e agradar ao cliente do segmento superior, é este que normalmente ganha. (DYSON, 2001, p. 75).

A perspectiva do lucro suplantou, até o momento, uma das mais famosas iniciativas de se levar computadores educacionais e de baixo custo a todas as crianças. A organização *One Laptop Per Child* (OLPC) criada pelo ex-professor do MIT Nicholas Negroponte havia anunciado um projeto ousado de produzir laptops ao preço de 100 dólares, o XO. A poderosa Intel resolveu participar do ambicioso projeto como membro do conselho da OLPC, em junho de 2007, ao mesmo tempo em que desenvolvia seu próprio modelo, o Classmate PC. O XO não conseguiu chegar ao patamar de 100 dólares e, nos primeiros dias de 2008, a Intel anunciou a saída do conselho para investir fôlego no seu próprio projeto, pois a OLPC insistia que a multinacional abandonasse o Classmate PC. A Intel agora encara o modelo da OLPC como concorrente, pois usará processador da empresa AMD.²⁰ O Governo brasileiro demonstrou interesse em adquirir os laptops educacionais de baixo custo ao realizar um

20 Pressionada, Intel abandona conselho da OLPC, *Computerworld*, 04/01/2008, Disponível em: [<http://computerworld.uol.com.br/mercado/2008/01/04/idgnoticia.2008-01-04.1735672375/>]. Acesso em: 06 jan. 2008.

pregão para melhores ofertas em vista do projeto piloto “Um computador por aluno” (UCA). Em 18 de dezembro de 2007, o grupo Positivo de Informática, representante no Brasil da Intel/Classmate PC, ganhou a primeira rodada do pregão, mas com um valor de computador portátil de R\$ 654,00 (cerca de US\$ 360). A própria OLPC também não conseguiu manter o preço que seu idealizador havia prometido de US\$ 100, pois seus laptops ultrapassariam os R\$ 354,00 (cerca de US\$ 200).²¹ O curioso é que o grupo Positivo ofereceu em leilão semelhante no Uruguai, em outubro de 2007, um valor de US\$ 245 (cerca de R\$ 435). A explicação para a diferença de preço seria que o edital brasileiro solicitava maior tempo de garantia e manutenção e instalação em cada unidade escolar, o que encareceria o produto.²² Enquanto é travada essa luta no campo do uso dos computadores e portáteis na educação, é notável o aumento das vendas de computadores no Brasil de 2004 para 2007. A queda dos preços relacionada à baixa do dólar e redução de impostos,²³ aliados à diminuição dos juros que possibilita financiamentos mais longos têm contribuído para o aumento do número de computadores nas residências brasileiras. Foram comercializados 9,98 milhões de PCs em 2007, no Brasil, representando um crescimento de 21,4% sobre os índices de 2006. Somente o mercado de *notebooks* cresceu 183%, com mais de 1,9 milhões de portáteis vendidos em 2007.²⁴ A pesquisa *TIC-Domicílios 2006*, do Comitê Gestor

21 Valor em dólares norte-americanos.

22 Felipe Maia. Positivo diz que laptop por US\$ 100 está fora de cogitação. **Folha Online**, caderno de Informática, 16/01/2008. Disponível em: <[<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u364241.shtml>]>. Acesso em: 16 jan. 2008.

23 A Lei n.º 11.196, de 21 de novembro de 2005, conhecida como Lei do Bem, que instituiu a redução do PIS e Cofins (9,25%) para computadores avaliados em até 4 mil reais.

24 REDAÇÃO IDGNOW!. Brasil vende 9,98 milhões de PCs em 2007 e espera crescer 14% em 2008. *IDGNow!*, *Computação pessoal*, 30/01/2008, Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/computacao_pessoal/2008/01/30/]

da Internet do Brasil (CGI.br)²⁵ apontava a presença do computador em 20% dos domicílios. Em setembro de 2007, já se calculavam 22,4% (de um total de 54,6 milhões de residências).²⁶ Houve, assim, uma considerável ampliação da participação das classes médias no mundo digital, com o Brasil atingindo 21,4 mil internautas residenciais em 2007.²⁷ Isso possibilitou ao Brasil melhorar no índice de penetração da Internet, ficando em 72º lugar, ficando à frente de Uruguai (75º), Argentina (78º) e México (79º).²⁸ O significativo aumento das vendas de portáteis e computadores no Brasil, em 2007, levou a Philips, tradicional no mercado de aparelhos de TV, a começar no país a sua entrada mundial no mercado de *notebooks*. São dois modelos inicialmente fabricados na China, mas com previsão de instalar fábrica no Brasil ainda no primeiro semestre de 2008.²⁹

brasil-vende-9-98-milhoes-de-pcs-em-2007-e-espera-crescer-14-em-2008/]> Acesso em: 06 fev. /2008.

25 Indicadores, disponível em [www.cgi.br]

26 Acesso a computador nas residências brasileiras quase dobra em cinco anos. *IDGNow!, Computação Pessoal*, 14/09/2007, Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/computacao_pessoal/2007/09/14/idgnoticia.2007-09-14.4539225998/]> Acesso em: 15 jan. /2008.

27 Internautas brasileiros crescem 48,4% em 2007, afirma Ibope//NetRatings. *IDGNow!, Internet, Inclusão Digital*, 17/01/2008. Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/internet/2008/01/17/ibope-mesmo-com-aumento-de-e-commerce-total-de-usuarios-cai-em-dezembro/]> Acesso em: 06 fev. 2008.

28 Segundo o estudo “*Information Economy Report 2007-2008*”, divulgado pela Conferência da ONU para Comércio e Desenvolvimento (Unctad, da sigla em inglês), em 06/01/2006 (ONU coloca Brasil como 81º país em penetração de celulares e 72º em web. *IDGNow!, Internet, Inclusão Digital*, 06/02/2008. Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/internet/2008/02/06/onu-coloca-brasil-como-81o-pais-em-penetracao-de-celulares-e-72o-em-web/]>. Acesso em: 06 fev. 2008.

29 RODRIGUES, Nando. Brasil marca entrada mundial da Philips no mercado de notebooks. *Computerworld, Mercado*, 28/11/2007., Disponível em: <[http://computerworld.uol.com.br/mercado/2007/11/28/idgnoticia.2007-11-28.6917371618/]>. Acesso em: 06 fev. 2008.

Contudo o mercado não vive somente esse dilema entre o lucro e a possibilidade de expandir o acesso em relação a computadores e softwares. A informação também é vista não só como expansão do conhecimento, mas como fonte de lucro. Grande parte da informação que circula nas redes digitais, encaradas como “serviços”, tem seu custo cobrado diretamente a quem acessa (WOLTON, 2003). O pagamento pode ser destinado para se comprar o direito de acessar determinadas informações, ou embutido em custos de recebimento/envio de dados. No Brasil, uma mensagem de SMS enviada de um celular para outro custa R\$ 0,39 e o direito de acesso ao conteúdo de um dos maiores provedores nacionais custa, em média, R\$ 20.³⁰ O poder econômico e tecnológico que marca a relação desigual em relação aos computadores, conectividade, softwares e informações é transfigurado em capital simbólico (BOURDIEU, 2003), cujo operador é o modelo ascendente de mídia transnacional, envolvendo o binômio informação e entretenimento, e potencializado pela veiculação digital via rede mundial de computadores. Nessa visão, os telecentros podem ser considerados um novo produto, ofertado de um *lugar* específico, a “Sociedade da Informação”, em cujas propostas de combate à “exclusão digital”, estão em jogo interesses políticos, econômicos, socioculturais de atores transnacionais (mega-corporações, organizações multilaterais, ONGs etc), Regionais-Nacionais (países e mercados comuns) e Locais (cidades, bairros, zonas rurais etc.). Nesse lugar, os espaços são tensionados e disputados.

Por outro lado, abrem-se perspectivas nos bairros e comunidades de periferia para uma inclusão tecnológica que, por sua vez, pode fazer repensar a mesma lógica de informação e entretenimento, sob a forma de um consumo produtivo (GARCÍA CANCLINI, 1999). Ao destacar essa

30 Dados de janeiro de 2008, a partir de demonstrativo de conta telefônica da empresa TIM e de comprovante de pagamento do UOL (Universo On Line).

conjuntura do “consumo”, e preponderância da lógica do mercado, García Canclini propõe que devemos repensar o conceito, tendo em vista que, para os cidadãos, a esfera do “consumo” tornou-se uma possibilidade de posicionamento da cidadania. Não é preciso ir muito longe, esse reposicionamento da noção de consumo já havia sido abordado por Karl Marx quando assume que essa ação de *reconhecimento* se caracteriza também como um ato de produção de conhecimento, visto que o “consumo também é produção” e, mais ainda, “só no consumo o produto [conhecimento válido] conhece sua realização última” (MARX, 1977, p. 219). García Canclini propõe que se avance numa noção de mercado para além de trocas mercantis, mas como parte de interações sociais mais complexas, em que o consumo definido

não como uma mera possessão individual de objetos isolados mas como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens (GARCÍA CANCLINI, 1999, p. 90).

Esse processo de inclusão representa, por um lado, uma abertura a formas de comunicação e expressão digitais que acenam para uma cidadania comunicacional e, por outro, significa o acesso a novas formas de consumo de produtos informativos, de entretenimento, educativos e de serviços baseados no ambiente midiático-comunicacional da internet. Mas essa cidadania comunicacional não está dada e não é garantida pelo simples acesso (pago na maioria das vezes) às múltiplas possibilidades de conteúdo dos sistemas de bancos de dados digitais. Wolton (2003) enxerga um limite: o da *competência*.

O acesso a “toda e qualquer informação” não substitui a competência prévia, para saber qual informação procurar e que uso fazer desta. O *acesso direto não suprime a hierarquia do saber e do conhecimento* (grifos do autor). E há certa bravata em acreditar que é possível se cultivar sozinho por pouco que se tenha acesso à rede (WOLTON, 2003, p. 87).

Não podemos negar a importância da competência prévia na qualificação na navegação e seleção de informações na rede, mas, ao mesmo tempo, as competências são construídas no uso, na experiência com esses dispositivos digitais. Se Wolton prediz que “os usos relativizarão os ardentes discursos de hoje” (2003, p.84), numa visão crítica de que os resultados ficariam abaixo das utopias tecnocráticas, seria possível também dizer que o uso coletivo, no ambiente dos telecentros, poderia constituir usos que demonstrariam a relativização da competência prévia. Contudo, essa relativização não se daria no nível de concordância com as utopias tecnocráticas. É preciso compreender os modos de uso e apropriação dos telecentros por parte dos coletivos locais, as relações de solidariedade e distinção, os ganhos materiais e simbólicos, as perdas. Michel de Certeau (2000) destaca o “consumo” ou “uso” (como se refere também) como “uma outra produção”, *astuciosa e dispersa*, “mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiquamente, silenciosa e quase invisível, pois não se faz notar com produtos próprios, mas nas *maneiras de empregar* os produtos impostos por uma ordem econômica dominante” (grifos do autor) (CERTEAU, 2000, p.39). Dentro de um “contexto de uso” dos telecentros, dado por regras do *lugar* da oferta, da ordem dominante, por uma lógica de “combate à exclusão digital”, é possível ainda procurar as *práticas, maneiras de empregar-atualizar, operações* que constituem *redes de lugares e de relações de sentido*, num espaço organizado de outra ordem, nas comunidades, que lhes não é próprio, mas do qual se *a-propriam* constituindo singularidades,

sinais, traços, marcas ou *pactos* com um *outro* imbricado de relações de força, midiáticas e não-midiáticas, de assimetria, de hegemonias e contra-hegemonias, de verticalidades e horizontalidades.

Apresentados os limites do conceito de *exclusão* digital, a noção propositiva de *inclusão* digital se aproxima da perspectiva de inclusão social, como sendo uma possibilidade de política de inclusão, dentre tantas outras possíveis e necessárias. Ou seja, “encarar a inclusão digital como um objeto de política pública, portanto, é fundamental” (JOSGRILBERG, 2005, p. 114). Nessa perspectiva política, “o cidadão ou cidadã comum toma posse do projeto inicial e, a partir dessas referências, organiza seus próprios percursos” (JOSGRILBERG, 2005, p. 115). A percepção não se limita ao aspecto da infraestrutura material, mas também em paralelo engloba uma complexa iniciativa cultural (SCHAFF, 1995, p.94). Foge-se da lógica denunciada por Schaff ainda quando a geopolítica era constituída por países de *Primeiro, Segundo e Terceiro Mundo*, “no que se refere ao aspecto tecnológico da atual revolução industrial (...), propagam a ilusão de que bastaria enviar uma quantidade adequada de microcomputadores para resolver automaticamente os problemas do Terceiro Mundo” (SCHAFF, 1995, p. 94). As populações passam de alvo a protagonistas dos projetos de inclusão digital. A noção associada à perspectiva de inclusão social não se limita a uma partilha adequada de recursos, mas à possibilidade de participar no modo como são determinadas as oportunidades de vida tanto individuais como coletivas (WARSCHAUER, 2006, p. 24). Claro que aqui não se quer dizer que não haja carências e desigualdades na distribuição de recursos, nem tampouco legitimar que os coletivos tenham que disputar e concorrer entre si na disputa por melhores condições, mas que, com a mediação política necessária, tenham a possibilidade de participar das decisões, da implementação e da gestão de projetos de inclusão digital.

1.6 Inclusão digital num contexto de desigualdade estrutural

União Internacional de Telecomunicações (UIT), órgão da ONU, foi nomeada responsável pela organização da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação, em Genebra (2003) e Túnis (2005). Segundo Sally Burch, da Agência Latino-americana de Informação (ALAI), pouco se conseguiu de uma cúpula para a outra. “No obstante su pretensión de ser la ‘cumbre de las soluciones’, en muchos aspectos se limitó a reafirmar lo aprobado en Ginebra hace dos años.” (BURCH, 2005: s.p). O tema da diminuição da “fratura digital” entre os países ricos e pobres, segundo Burch, limitou-se à proposição da busca por inversões privadas para a criação de infraestrutura. Contudo houve alguma abertura, mas sem deixar claras as políticas públicas relacionadas com as TIC’s para o desenvolvimento.

Además, se afirma la necesidad de financiar otras áreas además de la infraestructura, incluyendo capacitación, creación de contenidos (especialmente locales), entre otras. Se ha establecido un vínculo entre las TIC y las Metas de Desarrollo del Milenio, particularmente en la reducción de la pobreza; y se reconoce la importancia de elaborar políticas públicas en la materia. También se ha señalado un respaldo a la reducción de las tarifas de interconexión para los países del Sur y la conveniencia de crear sistemas de interconexión intrarregional, para reducir costos. (BURCH, 2005, [s.p.])

O problema é que em grande parte da Cúpula se falou de internet, quando os grupos da Sociedade Civil pensavam em propostas para toda a estrutura de comunicação e de meios cuja base, de hoje para o futuro, será o digital. Assim, a “liberdade de informação”, compreendida como “livre fluxo de informação” ou livre acesso autorregulado pelo mercado,

não confere legitimidade às tentativas de políticas públicas nacionais e regionais.

Não há espaço para se questionar qual o papel do Estado diante dos sistemas de informação e comunicação, em vista da preservação dos espaços de expressão cidadã, segregados pelas lógicas do mercado e da técnica (MATTELART, 2002, p.156). “As formas sociais que adotaram as redes só ampliaram as separações entre as economias, as sociedades, as culturas repartidas segundo a linha de demarcação do desenvolvimento” (MATTELART, 2002, p.157).

Mesmo com todos os avanços da conectividade dos países, os países do Norte concentram os *hosts* (redes conectadas a internet – Tabela 1). Nas Américas, as posições não têm variado muito (Tabela 2).

Tabela 1 - posição dos países por número de hosts

POSIÇÃO DOS PAÍSES POR NÚMERO DE HOSTS		
Fonte: Network Wizards 2008		
	Países	Janeiro 2008
1º	Estados Unidos*	302.884.146
2º	Japão (.jp)	36.803.719
3º	Alemanha (.de)	20.659.105
4º	Itália (.it)	16.730.591
5º	França (.fr)	14.356.747
6º	China (.cn)	13.113.985
7º	Austrália (.au)	10.707.139
8º	Holanda (.nl)	10.540.083
9º	Brasil (.br)	10.151.592
10º	México (.mx)	10.071.370
11º	Reino Unido (.uk)	7.727.550
12º	Polónia (.pl)	7.134.976
13º	Taiwan (.tw)	5.121.607
14º	Canadá (.ca)	4.717.308
15º	Finlândia (.fi)	3.728.551
16º	Bélgica (.be)	3.618.495
17º	Rússia (.ru)	3.577.635
18º	Suécia (.se)	3.513.170
19º	Suíça (.ch)	3.308.684
20º	Dinamarca (.dk)	3.256.134
21º	Argentina (.ar)	3.128.975
22º	Espanha (.es)	3.085.513
23º	Noruega (.no)	2.725.031
24º	Áustria (.at)	2.589.316
25º	Índia (.in)	2.584.572
26º	Turquia (.tr)	2.425.789
27º	República Tcheca (.cz)	2.093.497
28º	Romênia (.ro)	2.014.220
29º	Hungria (.hu)	1.689.456
30º	Nova Zelândia (.nz)	1.687.494

* (.edu, .us, .mil, .org, .gov, .com, .net e .info)

Fonte - Cetic.br 2008 – [<http://www.cetic.br/hosts/2008/index.htm>]

Tabela 2 - posição dos países por número de hosts nas Américas

HOSTS NAS AMÉRICAS		
Fonte: Network Wizards 2008		
	Países	Janeiro 2008
1º	Estados Unidos*	302.884.146
2º	Brasil (.br)	10.151.592
3º	México (.mx)	10.071.370
4º	Canadá (.ca)	4.717.308
5º	Argentina (.ar)	3.128.975
7º	Colômbia (.co)	1.299.244
6º	Chile (.cl)	816.460
8º	Uruguai (.uy)	280.635
9º	Peru (.pe)	271.738
10º	Trinidad e Tobago (.tt)	151.122
11º	Venezuela (.ve)	145.353
12º	Guatemala (.gt)	124.656
13º	República Dominicana (.do)	84.787
14º	Nicarágua (.ni)	46.764
15º	Equador (.ec)	42.922

* (.edu, .us, .mil, .org, .gov, .com, .net e .info)

Fonte - Cetic.br 2008 – [<http://www.cetic.br/hosts/2008/americas.htm>]

Em termos de pessoas conectadas na internet, há um alto nível de concentração da penetração na América do Norte, Europa e Oceania/Austrália (tabela 3). Mas é significativa a porcentagem de crescimento, entre 2000 e 2007, na África (643,1%) e na América Latina (508,6%) (Tabela 3). Contudo, o índice de penetração africano é o menor do mundo (3,6% da população). A América Latina (19,8%) está um pouco acima da média mundial (17,8%). A Europa ainda não alcançou 40 % de penetração.

Tabela 3 - Estatísticas da penetração da internet no mundo

Estatísticas da penetração da internet no mundo						
Regiões	População (2007 Est.)	%População mundial	Usuários de internet até o momento	% População (Penetração)	% Usuários no mundo	Crescimento do uso 2000-2007
África	933,448,292	14.2 %	33,545,600	3.6 %	2.9 %	643.1 %
Ásia	3,712,527,624	56.5 %	436,758,162	11.8 %	37.2 %	282.1 %
Europa	809,624,686	12.3 %	321,853,477	39.8 %	27.4 %	206.2 %
Oriente Médio	193,452,727	2.9 %	19,539,300	10.1 %	1.7 %	494.8 %
North America	334,538,018	5.1 %	232,655,287	69.5 %	19.8 %	115.2 %
América Latina/ Caribe	556,606,627	8.5 %	109,961,609	19.8 %	9.4 %	508.6 %
Oceania / Austrália	34,468,443	0.5 %	18,796,490	54.5 %	1.6 %	146.7 %
TOTAL MUNDIAL	6,574,666,417	100.0 %	1,173,109,925	17.8 %	100.0 %	225.0 %

Fonte - (1) Internet Usage and World Population Statistics – 30/06/2007- <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Nesta desigualdade estrutural, proporcionada pelo modelo de sociedade da informação de carácter pós-industrial, as saídas ainda não estão claras. Primeiro, porque “os territórios não conectados perdem competitividade econômica internacional e, por conseguinte, formam áreas crescentes de pobreza, incapazes de somar-se ao novo modelo de desenvolvimento” (CASTELLS, 2003, p.264-265). O segundo aspecto é tratado por Armand Mattelart (2002, p.160): “Os países não industrializados que decidem deliberadamente empreender uma marcha forçada rumo à era da informação adotam uma estratégia não só elitista, mas também autoritária” O medo de ficar isolado conduz os países a pensarem no modelo de informação para o desenvolvimento como um carácter quase redentor, mas esta é a capa sobre a lógica da mentalidade de mercado (MATTELART, 2002). “Con la progresiva globalización de la telecomunicación, las industrias interesadas en ella están más seguras cuando convierten a la misma

economía de señales en mito” (PROSS, 1999, p.345). Uma redenção que não se comprovou historicamente. A globalização e liberalização, marcos da era pós-industrial, como motores do crescimento econômico e desenvolvimento dos países não reduziram as desigualdades nas décadas de 1980 a 2000, segundo o relatório “*Flat world, big gaps*” da Organização das Nações Unidas. Editado por Jomo Sundaram, secretário-geral adjunto da ONU para o Desenvolvimento Econômico, e Jacques Baudot, economista especializado em temas de globalização, o relatório aponta que “a distribuição das receitas individuais melhorou levemente, graças ao crescimento econômico na China e Índia, mas mesmo assim a repartição da riqueza mundial piorou, e os índices de pobreza se mantiveram sem mudanças entre 1980 e 2000”.³¹

1.7 Mídias e o processo de digitalização: o lugar da internet na ecologia midiática

A mesma mídia que é porta-voz do modelo de globalização e teve seu mercado internacionalizado, também é o espaço onde se pode ter a visibilidade dos fracassos do modelo econômico capitalista pós-industrial em diminuir a desigualdade. Contudo, ela tem sido mais enfática no primeiro do que no segundo papel social e político. Tratar-se-ia de um “terrível paradoxo”, como avalia Silverstone (2002, p. 265), em que “a mídia, não menos do que talvez o capitalismo global em seu conjunto [...], está cuspidando no prato que comeu: tanto a mídia como as liberdades de mercado estão a ponto de se destruir”. Mas o que é a mídia e em que as novas possibilidades tecnológicas do digital transformaram-na conceitualmente?

31 FOLHA DE SÃO PAULO ON LINE. **Globalização não reduz desigualdade e pobreza no mundo, diz ONU**. Editoria Mundo, em 10/02/2007. Disponível em : <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u104540.shtml>> Acesso em: 20 fev.2007.

Primeiro, é preciso deixar claro que nem todo meio de comunicação é mídia, mas toda mídia é meio de comunicação, só que de um tipo específico. Poderíamos dizer que uma mídia é o que historicamente foi definido como “meio de comunicação de massa”, que tradicionalmente abrange a imprensa, o cinema, o rádio e a televisão. Hoje também incluímos a internet e as tecnologias digitais informacionais, mas estas trouxeram algumas modificações ao conceito de “comunicação de massa”.

Para John B. Thompson (2001, p.30), o termo “comunicação de massa” é infeliz. No geral, Thompson faz à expressão *meios de comunicação de massa* uma crítica procedente, mas não abdica de continuar a usá-la em todo seu livro. Esse é o problema que encontramos em sua tentativa. Nos últimos anos, vemos o termo ser substituído por “mídia” e “mídias” nas publicações mais atuais.³² Primeiramente, o termo *meios de comunicação de massa* é problemático porque dá a entender que estes meios têm uma audiência vastíssima de milhares ou milhões de pessoas. Mas há produtos como certos filmes, CDs, livros, programas de TV, que têm uma audiência baixíssima. Logo, o conceito não pode se resumir à quantidade, mas à ideia de que está disponível para uma “grande pluralidade de destinatários”. Na

32 Trata-se de uma síncope da expressão inglesa “*mass media*” que corresponderia em sua tradução a meios de comunicação (*media*, do neutro plural do latim *medium*) de massa (*mass*). O título original do livro de Roger Silverstone, publicado em 1999, em Londres, é *Why study the Media?* (No Brasil, foi traduzido como *Por que estudar a Mídia?* – Loyola, 2002). O termo *media* na bibliografia hispânica e portuguesa ibérica corresponde ainda ao plural latino de *medium*. Desta forma, “*los media*” ou “*os media*” corresponde ao que no Brasil traduziu-se nos dicionários e pesquisas como *mídia*, ou seja, “o conjunto dos meios de comunicação, e que inclui, indistintamente, diferentes veículos, recursos e técnicas, como, p. ex., jornal, rádio, televisão, cinema, outdoor, página impressa, propaganda, mala-direta, balão inflável, anúncio em site da Internet, etc.” (Dicionário Aurélio Século XXI, versão digital 3.0, 1999, Ed. Nova Fronteira). O problema na língua portuguesa brasileira é que se usa tanto a expressão “a mídia” como “as mídias” para designar o coletivo ou o conjunto das instituições midiáticas e os suportes/veículos específicos, respectivamente.

mesma linha, o segundo limite da expressão é que já não compreendemos “massa” no sentido de que todos recebem as informações dos meios de maneira uniforme, como uma “massa amorfa”. Os destinatários dos produtos midiáticos não são consumidores passivos: interpretam e se apropriam de informações em seu cotidiano, contudo o processo de comunicação constituía-se fundamentalmente assimétrico, não há um diálogo, no sentido da interação entre duas pessoas num mesmo contexto (tempo/ espaço), em que cada um pode interferir no rumo da conversa durante seu decorrer. O receptor tinha que buscar outras formas de “dialogar” com os meios de comunicação tradicionais: cartas ao editor, telefonar para a TV ou para o programa de rádio, recusar ver determinado produto, etc.

Falamos sempre de produtos de comunicação, por ser uma outra característica daquilo que era desenvolvido como “comunicação de massa” e que fundamenta o conceito de mídia: a transformação das mensagens – das “formas simbólicas” transmitidas – em mercadoria. “Há uma exploração econômica das inovações técnicas” (THOMPSON, 2001, p. 33). Ou seja, direta ou indiretamente, pagamos pelo uso da televisão, do rádio, do jornal e por suas inovações (nova forma de impressão em cores, TV digital, transmissão em fibra ótica), através da publicidade (audiência) ou, diretamente, quando compramos um pacote de TV por assinatura, assinamos um provedor de conteúdo na internet ou compramos uma revista. Essa característica decorre de outra anterior: a comunicação midiática envolve “certos meios técnicos e institucionais de produção e difusão” (THOMPSON, 2001, p. 32). E aqui entra a característica que acreditamos definidora do que seria o que, hoje, denominamos de mídia: *é o conjunto das organizações que se interessam pela exploração comercial (ou pela acumulação de capital simbólico) dos meios de comunicação, tornando possível sua produção e difusão generalizada*. Portanto, denominamos mídia o conjunto dos meios de comunicação social que funcionam segundo uma “dupla lógica”:

uma lógica *econômica* que faz com que todo organismo de informação aja como uma empresa, tendo por finalidade fabricar um produto que se define pelo lugar que ocupa no mercado de troca dos bens de consumo (os meios tecnológicos acionados para fabricá-lo fazendo parte dessa lógica); e uma lógica *simbólica* que faz com que todo organismo de informação tenha por vocação participar da construção da opinião pública [grifos do autor] (CHARAUDEAU, 2006, p. 21).

Temos assim *condições de produção, de circulação e reconhecimento/consumo* dos produtos midiáticos (HALL, 2003; VERÓN, 2005; CHARAUDEAU, 2006)³³ que são característicos do processo midiático em relação aos demais meios/formas de comunicação, mesmo quando são acionados suportes tecnológicos semelhantes. Por exemplo, quando produzimos um vídeo caseiro e exibimos para nossos familiares, estamos utilizando, grosso modo, os mesmos meios técnicos que uma rede comercial ou pública de TV, mas nosso vídeo não se constitui numa mídia, pois não envolveu condições de produção técnicas e artísticas voltadas para a difusão (alcance), audiência e comercialização generalizada, visando ao lucro ou ao crescimento/fortalecimento simbólico da empresa de mídia, a exemplo da Rede Globo quando produz novelas ou da TV Cultura quando realiza e exhibe documentários e programas infantis premiados no mundo inteiro. Portanto, a diferença entre toda e qualquer forma de comunicação e a mídia pode ser caracterizada na forma como o midiático constitui, ao mesmo tempo,

33 Stuart Hall estabelece o processo midiático em uma estrutura interligada e complexa de *produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução* (2003, p.387); Eliseo Verón trata de *condições de produção, circulação e reconhecimento*, em que os dois polos possuem gramáticas específicas (2005, p. 264-266); Patrick Charaudeau propõe três lugares da “máquina midiática”: *produção*, lugar das condições de produção, *produto*, lugar da construção do produto e *recepção*, lugar das condições de interpretação (2006, p. 23).

um setor industrial de máxima relevância, um universo simbólico que é objeto de consumo em grande escala, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um terreno de conflito político, um sistema de mediação cultural e de agregação social, uma maneira de passar o tempo etc. (WOLF, 2003, p. 9).

Só é preciso, no entanto, relativizar o consumo em grande escala, visto que há um conjunto de mídias *alternativas, independentes, populares* ou *comunitárias* (PERUZZO, 2004) cujo consumo é em menor escala, e cujos interesses se voltam para acúmulo de capital simbólico e social e, não necessariamente, para a exploração comercial.

Primeiro, porque os meios comunitários se baseiam em demandas muito específicas, de acordo com a realidade de cada lugar ou movimento social a que esteja ligado. Segundo, porque eles nem se propõem a falar para as grandes audiências, o que mostra o papel complementar desempenhado pelas mídias comercial e educativa na sensibilização da sociedade para os temas da cidadania. Terceiro, por que revelam uma capacidade fantástica de inovar e incorporar novos canais de expressão, práticas e conteúdos. (PERUZZO, 2004, p. 52).

Com a chamada “revolução digital”, fruto do investimento tecnológico em expansão, é possível reduzir (digitalizar) textos, imagens, sons em bits (dígitos binários). A digitalização possibilitou a “convergência tecnológica” entre as *telecomunicações*, a *comunicação midiática* e a *informática*, o que trouxe consequências imensas (LIMA, 2001). Entre elas destacamos duas:

- *a concentração da propriedade da mídia* – junto com movimento de privatização das telecomunicações, houve uma onda de

compras, fusões e parcerias no setor da comunicação, articulando a nova e velha mídia, dando origem a um forte processo de oligopolização;

- *velha mídia versus nova mídia* – a entrada das novas mídias no cenário da comunicação de massa, definida a partir dos novos suportes digitais: computadores multimídia, CD-ROM, bancos de dados, livros eletrônicos, telefones multimídia, com a distribuição dos produtos num mesmo canal e em formatos mais interativos, dando maior controle aos usuários sobre o que recebem. (LIMA, 2001, p.27-28).

Passados mais de dez anos do uso da digitalização e presença na internet pela mídia tradicional (VIEIRA, 2003; SALAVERRÍA, 2005; TORRICO, 2005), alguns pesquisadores ainda se cercam de critérios para definir o midiático dentro do circuito restrito compreendido pelas instituições da imprensa, televisão e rádio. É o caso de Charaudeau que denomina “mídias de informação” o “conjunto dos suportes tecnológicos que têm o papel social de difundir as informações relativas aos acontecimentos que se produzem no mundo-espaco público” (2006, p.21). Está implícita em sua restrição a noção de que a internet representou a digitalização dessas mesmas instituições, que passaram também a difundir suas informações sobre a esfera pública dos acontecimentos pela rede mundial de computadores. Ramón Salaverría (2005) coordenou uma pesquisa coletiva com objetivo de mapear a presença da internet nos meios de comunicação na Espanha. Nesse projeto, um dos grupos de pesquisa envolvidos introduz um quarto meio à mídia de informação, o “cibermedio”.

Concebimos el cibermedio como aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e

hipertextual, se actualiza y se publica en la red Internet. (LÓPEZ, LIMIA, ISASI, PEREIRA, GAGO, CALVO, 2005, p.40).

Para fundamentar essa posição de quarta mídia ao lado da imprensa escrita, do rádio e da televisão, LÓPEZ (2005) e os demais pesquisadores do grupo reconhecem que nos primeiros anos o “*ciberperiodismo*” constituía-se na mera passagem dos textos produzidos na imprensa de papel para o ambiente digital, mas evoluiu ao ponto de constituir um meio distinto, com estrutura de redação, formas narrativas e discursivas específicas. O limite da concepção de *cibermedio* é estar por demais fundamentada no jornalismo e o conceito de mídia abrange outras categorias de informação.

Na tentativa de ultrapassar esse limite, Wolton (2003) identifica a internet como um conjunto de serviços (*Web*, Usenet, IRC, FTP, Chats, P2P, E-mail, etc), cada um com distintos protocolos técnicos que trafegam na rede, em que a *Web* (*World Wide Web*) seria a mais conhecida do grande público e a que mais se aproximaria do conceito de mídia que defende. Inicia perguntando pelo conteúdo da *Web* e estabelece quatro tipos de informação, buscando categorizar a multiplicidade dos dados a partir de uma visão institucional: *informação-serviço*, *informação-lazer*, *informação-notícia* e *informação-conhecimento* (WOLTON, 2003, p.90-91).³⁴ Na categoria *serviço*, encontraríamos reservas/compras de passagens, operações bancárias, agendas digitais de eventos, meteorologia, sites de busca etc. A informação do tipo *lazer* é representada pelos jogos interativos em rede. A *informação-notícia* é de tipo geral, ofertada por jornais ou agências de notícias, e especializada, destinada a interesses profissionais ou

34 Vale ressaltar que o livro de Dominique Wolton foi publicado pela primeira vez em 2000, portanto, são sete anos de diferença, tempo que em termos do aparecimento de novos suportes tecnológicos digitais é significativo.

socioculturais. Já a *informação-conhecimento* corresponderia a informações disponíveis em bancos de dados, tanto as de livre acesso ou aquelas que necessitam de uma senha ou alguma forma de pagamento. Os repositórios de textos científicos da Capes (www.capes.gov.br), da Intercom (www.intercom.org.br) ou da Compós (www.compos.org.br) estariam nessa categoria. O problema dessa classificação é o que ela deixa de fora, como as páginas pessoais ou as *ferramentas sociais* (SPYER, 2007) como Orkut e MSN, que em nossas entrevistas de campo os internautas citaram como experiências de lazer.³⁵

Outro limite é a afirmação de Wolton de que “não há muitos vínculos entre a informação-imprensa e informação-serviço, informação-conhecimento e informação-lazer” (2003, p. 94), pois, mesmo todas sendo informação, teriam estatutos, legitimidades, sistemas de referência, custos e preços distintos.³⁶ Wolton relaciona que essa segmentação de tipos de informação pauta a internet pela seleção financeira e segmentação de conteúdos (o que na mídia digital se denomina *personalização*

35 As entrevistas foram realizadas em dois momentos distintos, entre setembro de 2006 e novembro de 2007, em telecentros da cidade de Curitiba, no Paraná. Elas serão desenvolvidas nos próximos capítulos.

36 Se não há muitos vínculos, o que dizer então sobre os principais portais brasileiros, cujo volume de informação-lazer ofertado como informação-notícia, o chamado “infotainment”, assume grande parte das chamadas das páginas de entrada? Ou de serviços de busca e e-mail como o Yahoo! em que a parte de maior destaque visual da página de entrada é dedicada a notícias, sob as abas “Em destaque”, “Entretenimento”, “Esportes”, “Notícias” e “Celebidades”. Nos Estados Unidos, a oferta de notícias do Yahoo! ajudou a alavancar, em 2005, o aumento da audiência on line de notícias. Segundo a *JupiterResearch*, os internautas entre 18 e 24 anos influíram nessa tendência: 33% deles preferem a internet como fonte principal de notícias, porcentagem próxima dos 40% da TV e bem acima dos jornais impressos, 10%. A pesquisa durou quatro anos e entrevistou 10.750 pessoas nos EUA. Confira: Cresce o uso da web para leitura de notícias. *IDGNow!*, 28/04/2005. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2005/04/28/idgnoticia.2006-03-12.8316534406/IDGNoticia_view>. Acesso em: 01 maio 2007.

ou *customização*), em que os grupos sociais mais abastados teriam sempre a melhor opção, enquanto que os jornais, as rádios e televisões se revelariam mais democráticos, por que são generalistas, atuam no universal, falam para todos e cada um pode internalizar aquilo que deseja, em função de sua identidade e posição social. Wolton admite que haja desigualdades e assimetrias na mídia tradicional, “mas ao menos elas são visíveis e o acesso menos segregativo” (WOLTON, 2003, p. 96). Enfim, o argumento de Wolton está repleto de contradições, pois ao tentar responder *o que é uma mídia*, na tentativa de negar o caráter midiático da *Web* (e da internet), define que uma mídia necessita de uma “representação a priori de um público”, enquanto na internet, há uma utopia de que o público está em qualquer lugar do mundo, não precisa ser definido (WOLTON, 2003, p. 100). Mas antes afirmara que a internet segmenta conteúdos pelos tipos de informação e por quem tem maior ou menor poder aquisitivo ou distintas posições na sociedade. Portanto, se segmenta conteúdos, não seria por que estabelece nichos e públicos de interesses distintos e bem definidos?

Ainda relacionado a esse aspecto, Wolton complementa que uma mídia não só representa seu público, mas está ligada a “uma certa comunidade linguística, de valores, de referências” e sua relação com o público se dá pela antecipação sobre o que pode ser a demanda e o público. Assim, um tipo de sistema de informação e comunicação como a internet estaria descentrado de uma noção de referências e valores locais, pois seria global/mundial e, com foco na capacidade de emitir informações de qualquer lugar, não faria uma reflexão sobre quem é seu receptor, pois poderia ser qualquer internauta do mundo (WOLTON, 2003, p. 100). Logo, se a internet fala para todos, não fala para ninguém. Contudo, no período que estivemos em Barcelona, durante pesquisa de doutorado *sandwich*, percebemos em entrevistas para pesquisa do projeto de cooperação

Brasil-Espanha,³⁷ que migrantes brasileiros, bolivianos, peruanos entravam na internet e procuravam sites informativos de seus países de origem. Ou seja, o fato de esses sites informativos estarem no ciberespaço, não os desterritorializa simbolicamente, não os faz perder suas comunidades de referência, ao menos no sentido atribuído pelos internautas migrantes. Nas próprias URLs (endereços da *Web*) como www.folha.uol.com.br (*Folha de São Paulo*), www.laprensa.com.bo (*La Prensa*) ou <http://www.elcomercioperu.com> (*El Comercio*), a terminação dos sites representa suas comunidades nacionais de referência: **.br** (Brasil), **.bo** (Bolívia), ou tal identificação se encontra no próprio *domínio* “elcomercio**peru**” (Peru). Mesmo assim, Wolton como defensor das mídias clássicas conclui que “quanto ao que é essencial a Net [Internet] não é uma mídia. É um formidável sistema de transmissão e de acesso a um número incalculável de informações” (2003, p.101).

Pierre Lévy (1999) define mídia pelo suporte e não por suas condições sociais e econômicas de produção e reconhecimento. “A *mídia* é o suporte ou veículo da mensagem. O impresso, o rádio, a televisão, o cinema ou a Internet, por exemplo, são mídias” (LÉVY, 1999, p. 61). Um aspecto de sua abordagem é que não faz a divisão entre mídias clássicas e mídias digitais, pois isso diria mais respeito ao sistema de codificação do que a uma característica específica de cada mídia. Não somente a internet seria digital, visto que a gravação, transmissão e armazenamento de

37 Entre outubro de 2005 e março de 2006, num estágio de aperfeiçoamento (Doutorado Sandwich), com financiamento da Capes, na *Facultat de Ciències de la Comunicació* (UAB-Barcelona) dentro do projeto de pesquisa “Mídia e interculturalidade: estudo das estratégias de mídiatização das migrações contemporâneas nos contextos brasileiro e espanhol...”, financiado pelo Programa de Cooperação Internacional Capes/MECD e desenvolvido pelos grupos de Pesquisa Mídia e Multiculturalismo (Unisinos), Migracom (UAB) e Processos Comunicacionais (Unisinos), ao qual o pesquisador está vinculado.

informações da TV, rádio, fotografia ou cinema podem ser analógicos ou digitais.³⁸ O diferencial da concepção de Lévy é a noção de *dispositivo informacional* para diferenciar o potencial da internet cujo *dispositivo todos-todos* é um passo além do *dispositivo um-todos* (difusão, *broadcasting*) da mídia tradicional (imprensa, rádio e televisão) e do *dispositivo um-um* característicos de meios como o telefone e os correios. Não sabemos se é um problema de tradução, mas a ideia de “todos” parece ressuscitar hoje a velha noção de “massa”: uma mídia que de um ponto atinge a todos, ou a internet como sendo um meio em que todos necessariamente interagem, colaboram e enviam informações para todos ao mesmo tempo, o que concretamente congestionaria a rede. Steve Johnson (2001) recupera do inglês as expressões *one-to-one* (um-um), *one-to-many* (um/muitos) e *many-to-many* (muitos/muitos) para situar os modos de comunicação à distância. Vemos como muito mais plausível essa ideia, pois relativiza a noção de “totalidade”. O que é característico da internet como mídia é justamente o desenvolvimento de “softwares sociais” (*social software*), termo usado para os programas que produzem ambientes de socialização em rede, a exemplo do Orkut, Wikipedia e blogs (SPYER, 2007). “Sua aplicação funde a difusão (*broadcasting*) que transmite informação de um ponto para muitos, com a interatividade característica da comunicação de duas vias”. (SPYER, 2007, p.21).

De certa forma, a digitalização põe, em xeque, determinadas visões que restringem o conceito de mídia, como faz Wolton (2003), à imprensa, ao rádio e à televisão por serem clássicas, ou seja, já terem uma tradição,

38 As políticas nacionais de comunicação caminham para transformar toda a distribuição na forma digital. A Europa e a América do Norte estão finalizando seu processo de digitalização da radiodifusão e o Brasil iniciou o processo no final de 2006 com previsão de concluí-lo em uma década. CASTRO, Daniel. TV digital terá implantação gradual no país. *Folha de São Paulo Online*, Dinheiro, 08/03/2006. Disponível em: <[<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u105782.shtml>]>. Acesso em: 21 fev. 2007.

pois afirmar mídias clássicas pressupõe que há mídias recentes ou “novas” (LIMA, 2001), que necessariamente não são apenas uma extensão linear das anteriores (DIZARD, 2000). Wilson Dizard admite que tanto a “mídia clássica” como a “nova mídia” oferecem informação e entretenimento para grandes públicos. “A diferença é que a nova mídia está expandindo dramaticamente a gama de recursos disponíveis para os consumidores através da Internet e de outros canais” (DIZARD, 2000, p.40). O processo de digitalização das emissões eletrônicas eliminará paulatinamente essa diferença proposta por Dizard. Talvez a melhor saída para essa polarização fosse um conceito mais generalista, mais voltado para as transformações socioculturais operadas pela interação sociedade-tecnologias da comunicação e informação. Desta forma, mídias poderiam ser definidas como:

[...] formatos e artefatos que nos permitem escapar de constrangimentos espaço-temporais. Desde a escrita, que descola enunciador e enunciado (espaço) e age como instrumento de memória (tempo), passando pelo telégrafo, telefone, rádio, televisão e hoje, a Internet, trata-se de uma mesma ação de emitir informação para além do espaço e do tempo (LEMOS, 2003, p. 13-14).

Nos últimos anos, as grandes corporações de mídia – capitalizadas historicamente na forma impressa e eletrônica (rádio e televisão) e novamente fortalecidas pelas fusões com mídias digitais (LIMA, 2001) – estão se fazendo cada vez mais presentes no ambiente digital, oferecendo seus serviços de informação e entretenimento, articulados às possibilidades da internet e das tecnologias móveis (celulares, smartphones, suportes wireless, PDAs etc). São jornais, rádios e televisões das grandes corporações disponibilizadas na internet, que convivem (ou são proprietários)

com ambientes e dispositivos de socialização em rede³⁹ que se tornaram “máquinas de comunicar” (LEMOS, 2003), desde as primeiras páginas pessoais às ferramentas de publicação gratuitas para edição e hospedagem de *weblogs*.⁴⁰ Desta forma, se não podemos considerar a internet uma mídia no sentido que compreendemos historicamente as *instituições midiáticas de produção e difusão generalizadas*, mas é preciso reconhecer o processo de migração de formatos, de lógicas reconfiguradas, de práticas simbólicas para o ambiente digital. Não se trata mais de transposição nem de aniquilação da mídia tradicional (LEMOS, 2003). Tal migração de formatos e lógicas convive com as formas próprias geradas no espaço digital, o que nos leva a pensar a internet como “um ambiente, uma incubadora de instrumentos de comunicação e não uma mídia de massa, no sentido corrente do termo (LEMOS, 2003, p. 17).

A noção de *ambiente* aplicada à internet é desenvolvida por Carlos Scolari (2004), a partir do estudo das interfaces, como uma possibilidade de abandonar a metáfora instrumental comumente aplicada aos meios. “Hablar de *medium ambiental* nos obliga a abandonar el concepto de ‘extensión’ o ‘instrumento’ para pensar em términos de una *metáfora espacial*, un lugar o entorno virtual donde el usuario (...) interactúa con el ordenador” [grifos do autor] (SCOLARI, 2004, p. 66).⁴¹ Scolari

39 Jogos on line, listas de discussão, softwares de mensagens instantâneas, plataformas colaborativas como Orkut, Wikipédia, MySpace, fotologs, blogs, youtube, etc.

40 “Hoy existen más de 62 millones de estos sitios personales, autogestionados por sus autores, y se crean 175.000 nuevos cada día. Nunca un medio de comunicación había crecido a esta velocidad. La blogosfera, el espacio de los weblogs en la Red, desde que se mide a partir de 2003 viene desarrollándose a un ritmo tal que se duplica cada seis meses.” ORIHUELA, José Luis. Los weblogs cumplen diez años de agitación. *El País*, 18/01/2007, Disponível em: <[http://www.elpais.com/articulo/ocio/weblogs/cumplen/anos/agitacion/elpepuecib/20070118elpciboci_1/Tes]> Acesso em: 30 jan. 2007.

41 Essa noção de *médium ambiental* é desenvolvida por Scolari (2006) a partir dos autores Gianfranco Bettetini e Fausto Colombo.

estabelece uma diferença entre a interação que realizamos com o texto tradicional (a imprensa, por exemplo, e podemos ampliar para a TV e o Rádio) e a nossa interação com os computadores. Nas diferentes interfaces do computador, desde um programa de editar textos, um jogo digital ou em uma plataforma colaborativa em rede como o Orkut ou Wikipédia, há a possibilidade de o “usuário dejar sus marcas en la pantalla y colaborar en la construcción del mundo virtual” (SCOLARI, 2004, p. 72). Esse *mundo virtual* ou *ciberespaço* pode ser compreendido como o *espaço de fluxos* constituídos pelas tecnologias de informação e dados em rede (LEMOS, 2003) ou pelo conjunto dos diferentes tipos de *espaço informacional* (WWW, WAIS,⁴² telnet, email, etc.) (FRAGOSO, 2005, p. 4).

A criação da WWW foi a principal alavanca do crescimento exponencial do ciberespaço (e do acesso a ele) durante a década de 90. Incorporando o conceito de hipertexto a um sistema de domínio público, o projeto da *Web* garantiu não apenas a viabilização da transferência de arquivos entre computadores com sistemas operacionais incompatíveis [...] mas também a integração de texto, imagem e som a documentos inter-relacionados por hiperconexões possíveis de ‘percorrer’ com o apoio de navegadores. (...) Atualmente, a grande maioria dos usuários da Internet

42 “O protocolo “WAIS” vem do termo “Wide Area Information Server” e foi desenvolvido pela Thinking Machines Corp, a KPGM (empresa de consultoria mundial) e pela Apple em 1992. Consiste simplesmente em um sistema que permite a procura de informações em base de dados distribuídos cliente/servidor (serviço fornecido de servidor para o usuário) através de linguagem natural (palavras-chaves), rastreando palavras ou expressões que estão dentro de arquivos individualmente pela web e não somente pelo nome do arquivo. Hoje são amplamente utilizados pelo fato de ser uma poderosa ferramenta de busca de dados em massa, como por exemplo Google, Altavista, Yahoo, etc.. Se este protocolo não existisse hoje, a procura por conteúdo na internet seria demorada e difícil.” Fonte: Wikipédia, Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/WAIS>>. Acesso em: 13 mar. 2008.

acessa apenas a *Web* e a identifica genericamente como sendo 'o' ciberespaço (FRAGOSO, 2005, p. 4).

A espacialidade da *Web* constitui-se pelos caminhos traçados entre os *hiperlinks* que conectam um conjunto de informações, na estrutura de páginas, a outro, sempre visíveis na forma bidimensional dos navegadores (browser) (FRAGOSO, 2005). Em suma, os elementos que instituem a espacialidade da *Web* são os *links* (FRAGOSO, 2005, p. 5).

Em um trabalho de fôlego sobre a internet, Alejandro Piscitelli (2005) propõe-se a pensar a *ecologia da rede* como um organismo complexo que tem uma vida própria.

Todos los internetólogos nos asemejamos cada día más a los biólogos y a los ecólogos (de la información) – más que a los físicos y a los matemáticos – es decir, lidiamos con un sistema increíblemente complejo que – a los efectos prácticos – existe con anterioridad a nosotros y es independiente de nosotros por completo. Pero si, por un lado, estamos en mucho mejores condiciones que los biólogos para entender la red (porque, después de todo, nosotros la hemos diseñado y conocemos cada uno de los componentes que la conforman); por el otro, concordamos con ellos en no tener gran idea acerca de lo que pasa (qué tipo de estructura es la que emerge) cuando el sistema se pone en movimiento y se auto-organiza (PISCITELLI, 2005, p. 27).

E para compreender a dinâmica da internet é preciso ter em conta quatro dimensões ou variáveis: *reconhecimento, conexão preferencial, dependência da distância e estrutura fractal subjacente* (PISCITELLI, 2005, p.27-28).⁴³ Tentaremos explicar sucintamente cada uma. O *reconhecimento*

43 Piscitelli desenvolve essas dimensões a partir das obras dos irmãos Petros, Christos e Michalis Faloutsos, Alberto Barabási, David Weinsberger, Mark Buchanan, Duncan J. Watts e Bernardo Huberman.

consiste em compreender que a rede de *routers* (roteadores)⁴⁴ é uma rede livre de escalas, profundamente assimétrica, em que o crescimento dos nós é exponencial. A *conexão preferencial* é o comportamento que aponta que nosso computador não vai se conecta ao *router* mais próximo, mas sim ao mais potente (com banda mais larga de transmissão, mais veloz). Ou seja, o que importa não é a distância até o próximo nó a que queremos nos conectar na rede, mas a largura da banda por onde percorremos o caminho até ele. Desta forma, “los nodos más ricos (porque proveen más ancho de banda) son ipso facto los que más conexiones atraen” (PISCITELLI, 2005, p. 28).⁴⁵ Ao mesmo tempo, a *dependência da distância* também é importante, pois o total de quilômetros que se percorre de fibra ótica entre um *router* e outro encarece o preço da conexão. E há mais roteadores onde há maior demanda por eles: quanto maior a densidade populacional, maior a densidade de nós da internet. Não é à toa que os Estados Unidos concentram hoje 10 dos 13 servidores raiz da internet mundial e a maior densidade de conectados à rede. Por fim, o tráfego que caracteriza a internet compõe um *conjunto fractal*, ou seja, qualquer recorte da rede tem as mesmas características do todo. Assim, “independientemente del corte temporal que se tome – un día, una hora, o un segundo – se verá exactamente igual” (PISCITELLI, 2005, p. 28). Essas quatro dimensões nos fazem perceber que a dinâmica que constitui a *ecologia* da internet é bastante assimétrica em sua distribuição.

A assimetria do ambiente digital da internet se apresenta de várias maneiras. Há uma *web de superfície* que são as páginas estáticas que disponibilizamos de forma aberta e pública e corresponde à parte menor da *web* conhecida. Há também uma *web profunda* que corresponde às bases de dados

44 Equipamento/servidor que determina a rota (ou direção imediata) de um bloco de informações enviado numa rede de computadores em que há comutação de pacotes.

45 Essa dimensão é inspirada em Alberto Barabási.

e sites dinâmicos desconhecidos pela maioria dos navegantes da *web*, cuja informação é maior entre 400 e 550 vezes a da informação disponível na *web* superficial (PISCITELLI, 2005, p. 33-34). Como não há uma simetria (ida e volta) entre todos os links da *web*, caso partamos de uma página qualquer, só poderemos chegar até cerca de 24% de todos os documentos existentes na rede, já que muitas vezes temos que clicar no próprio navegador para voltar a um site (PISCITELLI, 2005, p. 40). O limite da navegabilidade da internet, para Piscitelli, está em sua semelhança com “una cadena trófica: todos los ingredientes están interconectados pero en una dirección única” (2005, p. 41).

A *assimetria* da *web* e o limite de navegabilidade colocam um imenso desafio para se pensar a dimensão da ecologia, do ambiente da internet, quando olhamos para o crescimento exponencial da rede em que somente os endereços principais de entrada (página principal) que constituem os *domínios* registrados no mundo somaram 138 milhões em 2007,⁴⁶ sendo que entre 2003 e 2006 haviam dobrado de 40 milhões para 80 milhões de sites,⁴⁷ e a quantidade de *blogs* (sites pessoais) havia ultrapassado a casa dos 70 milhões em março de 2007.⁴⁸ Em agosto de 2006, havia 40 bilhões de páginas indexadas pelas máquinas de busca (*web superficial*) e uma estimativa de que a *web profunda* (a dinâmica) continha 16 trilhões de páginas.⁴⁹

46 Registro de domínios aumentou 37% em agosto, segundo a VeriSign. *IDGNow!*, 29/11/2007, Disponível em: <[<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/11/29/idgnoticia.2007-11-29.0141830584/>]>. Acesso em: 05 dez. 2007.

47 Número de páginas online dobra em três anos, diz Netcraft. *IDGNow!*, 10/04/2006. Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/internet/2006/04/10/idgnoticia.2006-04-10.1965396374/IDGNoticia_view]>. Acesso em: 05 dez. 2007.

48 Ritmo de criação de blogs desacelera, aponta estudo. *Folha Online, Informática*, 05/04/2007, Disponível em: [<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u21912.shtml>]>. Acesso em: 05 dez. 2007.

49 NAUGHTON, John. Os 15 reis do clique. **Carta Capital, Especial The Observer**, 30 ago. 2006, p. 10-18.

Tamanha dimensão coloca em primeiro plano as *ferramentas de busca*, os popularmente chamados “buscadores”, que indexam as páginas que visitamos na *web*. Dos mais tradicionais como o *Altavista* e o *Yahoo!* aos mais recentes como o *Google*, funcionam a partir de programas cujo algoritmo é desenvolvido para percorrer a *web* e fazer a indexação. No princípio, os buscadores indexavam qualquer informação que estava preparada para ser reconhecida pelos *robots*. Em 1998, Steve Lawrence e Lee Giles publicaram artigo na revista *Science* em que propunham que era preferível indexar sites de qualidade a coletar a maior quantidade de sites possíveis (PISCITELLI, 2005). “Lo que este enunciado decía era que el universo web estaba lleno de páginas que no valia la pena visitar nunca” (PISCITELLI, 2005, p.39). A programação de indexação de páginas do *Google* se inspira nessa proposição, pois passou a analisar a presença de links direcionados para a página a ser indexada, como mecanismo de aferição de qualidade da informação, para hierarquizá-la na ordenação da apresentação dos resultados da busca.

Concebido no final da década de 90, o *Google* introduziu uma profunda alteração no paradigma das buscas na *web*. Pioneiro na incorporação de técnicas de análise de links para realizar não só as buscas, mas principalmente a hierarquização de resultados, o *Google* calcula uma classificação para cada página que encontra baseando-se não apenas no conteúdo dos documentos, mas sobretudo em sua posição na estrutura de links da *Web* (FRAGOSO, 2005, p. 10).

Isso fortaleceu a guerra de estratégias em busca da visibilidade, de melhores posições dos sites em buscadores, pois estudos da *iProspect* em parceria com a consultoria *Júpiter Research* apontaram que “80% de los internautas, al establecer una búsqueda, sólo leen las entradas que aparecen en las dos primeras páginas de los buscadores. Y, lo que es aún más importante, la mitad de los internautas solamente clickan en las tres primeras páginas web

del buscador”.⁵⁰ Com isso, serviços de busca como *Yahoo!* e *Google* despontam entre os ambientes mais acessados da web.⁵¹ Contudo, dão visibilidade também a outros atores para além da presença das corporações de mídia na web, pois o advento da *mídia social* (SPYER, 2007) em que os internautas colaboram entre si, produzindo, conectando e trocando informações com base em links, qualifica páginas pessoais alçando-as ao topo das buscas. Os blogs são exemplos dessas “ferramentas, plataformas e práticas usadas para o compartilhamento de opiniões e experiências via internet”. (SPYER, 2007, p. 27).

Em 2006, na primeira inquirição do *IDG Now!* sobre blogs mais populares do Brasil,⁵² o *Blog do Noblat*, jornalista com passagens pela imprensa nacional, cujo blog é hospedado no portal do grupo *O Estado de São Paulo*, aparecia em segundo lugar, e o blog de Josias de Sousa, jornalista da *Folha de São Paulo*, ocupava a sétima colocação. Em 2007, dos dez blogs brasileiros mais visitados nenhum dos protagonistas era um expoente do jornalismo ou da mídia tradicional. Foram dez profissionais ou veículos de comunicação nascidos diretamente na internet. “A lista indica um claro perfil entusiasta de tecnologia na blogosfera, com nada menos que seis dos dez melhores colocados se concentrando em internet, *gadgets* ou

50 Disponível em: <[<http://www.iprospect.es/>]> e <[<http://iprospect.com/media/constellationgraphs06.htm>]>. Acesso em: 05 dez. 2007.

51 Em janeiro de 2008, segundo dados da *Nielsen-Netratings*, o *top five* (cinco mais) em número de visitantes únicos na internet dos EUA foram *Google* (117,8 milhões), *Yahoo!* (112,7 milhões), *Microsoft* (98,2 milhões), *MSN/Windows Live* (95,3 milhões) e *AOL Media Network* (90 milhões). Fonte: *Nielsen Online Reports Topline U.S. Data For January 2008, Nielsen Online, a service of The Nielsen Company, reports January 2008 data for the Top Sites by Parent Company and Top Brands. In addition, Nielsen Online reveals the Top Advertisers by Company for January 2008*, 14/02/2008. Disponível em: <[http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_080214_2.pdf],>. Acesso em : 15 fev. 2008.

52 FELITTI, Guilherme. Os 10 blogs mais populares da internet brasileira. *IDGNow!, Internet*, 20/12/2006, Disponível em: <[<http://idgnow.uol.com.br/internet/2006/12/20/idgnoticia.2006-12-19.8171917263/>]>. Acesso em: 22 dez. 2007.

nos próprios blogs.”⁵³ Essa audiência dos blogs começou a se transformar numa possibilidade de gerar lucros por parte das *mídias digitais sociais*. Do lucro simbólico da visibilidade pelo número de links direcionados, o primeiro colocado nos dois anos, o blog *Interney* (<http://www.interney.net/>), do analista de sistemas Edney de Sousa, transformou seu domínio num condomínio de blogs que, hospedados na plataforma comercial produzida pelo analista, trazem “links patrocinados” das empresas “ponto.com” *MercadoLivre*, *Google* e *Buscapé*. O blog também realizou uma parceria com o *Internet Group* (IG, www.ig.com.br), portal da *Brasil Telecom*, que aposta em conteúdos produzidos por internautas como parte de sua estratégia comercial.⁵⁴ Desta forma, os blogs, ao mesmo tempo colocaram a rede a serviço da expressão de novas vozes (PISCITELLI, 2005), também se tornaram um modelo de negócio, cujos *players* podem ser o grupo *Folha de São Paulo* ou *Globo*, que inseriram blogs em quase todas as seções de seus portais, ou uma pessoa ou um grupo de profissionais que buscaram a internet inicialmente como forma de expressão e comunicação.

O desenvolvimento dessas plataformas de colaboração, compartilhamento de opiniões e trocas de experiências na internet vem rendendo disputas comerciais bilionárias entre os grandes *players* do mercado da mídia tradicional e digital.⁵⁵ Um conjunto maior e complexo ainda

53 FELITTI, Guilherme. Os 10 blogs mais populares da internet brasileira em 2007. *IDGNow!*, *Internet*, 21/12/2007, Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/12/21/idgnoticia.2007-12-21.8509435884/>>. Acesso em: 22 dez. 2007.

54 FELITTI, Guilherme. **Os 10 blogs mais populares da internet brasileira em 2007**. *IDGNow!*, *Internet*, 21/12/2007, Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/12/21/idgnoticia.2007-12-21.8509435884/>>. Acesso em: 22 dez. 2007.

55 O *Yahoo!* ofereceu US\$ 1 bilhão pelo site de relacionamento social norte-americano *Facebook*, para cobrir uma oferta de US\$ 750 milhões de um dos maiores grupos de mídia do mundo, a *Viacom* (Cf.MCGIRT, Ellen. Ele levou a web na conversa. **Revista Época**, 10 de setembro de 2002.) O Facebook levantou US\$ 37,5 milhões em capital de risco entre 2005 e 2006. Em setembro de 2007, já se especulava que o valor do site chegava aos US\$ 2 bilhões. O

faz parte dessa *incubadora* de meios de comunicação, desse *medium ambiental*, do *espaço digital*, da *ecologia dinâmica* desse *ambiente* midiático-comunicacional que é a internet. Enumeramos os mais significativos para esta investigação:⁵⁶ portais, buscadores, plataformas de chats e comunicadores instantâneos (*MSN, Yahoo! Messenger, Google Talk, ICQ, Meebo*); fóruns e listas de discussão; blogs, ferramentas *wikis* (escrita colaborativa, *Wikipedia*, por exemplo), ambientes digitais de conteúdos publicados por internautas (*Youtube, Flickr Fotos, Google Video* etc); agregadores de conteúdo (programas de RSS), *folksonomia* (ferramentas de classificação de informações pelos próprios internautas, através de marcadores chamados *tags*) e plataformas de redes sociais (*Orkut, Facebook, MySpace* etc). A maior parte dessas plataformas digitais de conversação, colaboração, expressão de opiniões, publicação de audiovisuais e trocas de experiências na internet pertencem a grandes *players* da mídia digital. Ao usar um e-mail gratuito da marca *Google*, conversar com um amigo pelo *MSN*, debater um tema numa lista de discussão do *Yahoo! Grupos*, publicar ou assistir a vídeos no *Youtube*, publicar fotos no *Flickr*, ao publicar, ler e atribuir valor a conteúdos publicados em

Youtube, serviço de publicação de vídeos pelos próprios internautas, foi comprado pelo *Google* por US\$ 1, 65 bilhão em outubro de 2006. (Conheça a nova geração de empreendedores da Web 2.0. *IDGNow! Especial 10 anos*, 12/07/2007, Disponível em: <[<http://idgnow.uol.com.br/10anos/2007/07/11/idgnoticia.2007-07-11.0748967979/>]>. Acesso em : 20 out. 2007). “A *News Corp.*, de Rupert Murdoch, pagou 650 milhões de dólares pelo *MySpace* e, rapidamente, transformou-o em uma máquina de fazer dinheiro. Em agosto [2006], o *MySpace* anunciou um acordo com o *Google*, que deve gerar 900 milhões de dólares de receita de publicidade nos próximos três anos e meio para os cofres da *News Corp.*” (Yahoo negocia compra da rede social Facebook por US\$ 1 bilhão. *IDGNow!, Internet, Mídia Digital*, 21/09/2006, Disponível em: <[<http://idgnow.uol.com.br/internet/2006/09/21/idgnoticia.2006-09-21.8313938875/>]>. Acesso em: 20 out. 2007).

56 Esta seleção se dá a partir do cotejamento das formas de comunicação na internet analisadas por Piscitelli (2005) e Spyer (2007) com as identificadas no contato com internautas que realizamos nas pesquisas de campo em Barcelona (2005/2006) e Curitiba (2006/2007).

blogs do *Blogger* ou dar visibilidade a seu perfil e criar comunidades no *Orkut*, o internauta vai estar em contato com conteúdos publicitários ou links patrocinados. E, no caso dos links patrocinados, uma iniciativa do *Google* com o programa *AdSense*,⁵⁷ o próprio internauta pode ganhar dinheiro, caso alguém clique nos links patrocinados do *Google* visíveis em seu blog, no seu canal de vídeos do *Youtube*, ou em suas comunidades do *Orkut*, por exemplo.

A disputa agora é em torno da audiência (dos cliques e visitas) e da produção dos internautas, responsáveis por grande parte do produto oferecido na rede.⁵⁸ E, com essa audiência, potencializar o comércio *on line*.⁵⁹ Isso nos coloca diante de paradoxos interessantes, como um internauta ter

57 “Ganhe dinheiro com anúncios relevantes no seu site. O *Google AdSense* exibe anúncios relacionados com o conteúdo do seu site, e você ganha dinheiro sempre que os visitantes clicam nesses anúncios.” Texto de abertura do *Google AdSense*. Disponível em: <[https://www.google.com/adsense/login/pt_BR/index.html]>.

58 Somente no mês de novembro de 2007, foram reproduzidos cerca de 9,5 bilhões de vídeos na web por 138 milhões de internautas dos Estados Unidos. Destes, 76,1 milhões de pessoas (41,8% de todos os conectados) viram 3 bilhões de vídeos em sites do *Google*. Foram 2,9 bilhões só no *YouTube*. Confira em: Sites do *Google* têm fatia de 31% no mercado de vídeos online, diz comScore. *IDGNow!, Internet, Áudio & Vídeo*, 17/01/2008, Disponível em: [<http://idgnow.uol.com.br/internet/2008/01/17/sites-do-google-tem-fatia-de-31-no-mercado-de-videos-online/>], Acesso em: 17 jan. /2008. Segundo o *Ibope/NetRatings*, em julho de 2007, 18,5 milhões de brasileiros haviam acessado a internet em casa. Os grandes portais representaram 91% do acesso, os buscadores vêm em seguida, com 80%, e na terceira posição está o serviço de e-mail, com 78% de participação na internet residencial. A pesquisa também revelou que os comunicadores instantâneos (*MSN*, *Yahoo! Messenger* etc) são usados por 78% dos internautas residenciais e as comunidades online (incluindo *Orkut* e blogs) são acessadas por 70% dos internautas. Confira em: Mais de 18,5 milhões de brasileiros acessam a web em casa, revela *Ibope*. *IDGNow!, Internet, Inclusão Digital*, 17/08/2007, Disponível em: <[<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/08/17/idgnoticia.2007-08-17.0022937291/>]>. Acesso em: 15 out. 2007.

59 No comércio *on line*, os vendedores oferecem mais informações sobre seus produtos e serviços e os consumidores retribuem com suas informações sobre gostos e práticas de compra, que ficam armazenadas em potentes bancos de dados. (MATTELART, 2002).

um famoso blog de crítica das grandes corporações de mídia e, ao mesmo tempo, o grande número de acessos e links para o seu ambiente de opinião alimentar as estatísticas de audiência do *Google*, contribuindo para o aumento de seu valor de mercado. Aqui temos um dos diferenciais do caráter midiático da internet em relação à mídia tradicional. O internauta passa a ter a possibilidade de expressar-se dentro da lógica vigente na mídia digital, inclusive contra a plataforma onde está ambientado, o que não acontece nas condições de produção dos *players* da mídia impressa e eletrônica.

1.8 Midiatização: a tecnicidade como mediação

Como pensar esse contínuo processo de envolvimento pela lógica midiática das pessoas que se comunicam, se informam, trocam experiências e opiniões em plataformas de *mídias sociais em rede* (SPYER, 2007), nesse *ambiente digital* em que o internauta não só acessa, mas pode deixar suas marcas? Eduardo Galeano é pessimista com esse contexto.

Nesse mundo sem alma que os meios de comunicação nos apresentam como o único mundo possível, os povos foram substituídos pelos mercados; os cidadãos, pelos consumidores; as nações, pelas empresas; as cidades, pelas aglomerações; as relações humanas, pelas concorrências comerciais. (GALEANO, 2006, p. 150).

Na contemporaneidade, não só as próteses, mas as lógicas midiáticas passam a participar cada vez mais da produção de sentidos nos processos de configuração das temporalidades, do ambiente, da moradia, dos modos de fazer e de viver, de conviver e de representar a realidade. As telecomunicações possibilitaram uma *reorganização do espaço e do tempo*, com a compreensão de que o distanciamento espacial não implicava, necessariamente, o distanciamento temporal e a descoberta de um “tempo simultâneo”, que não pressupunha o mesmo lugar (THOMPSON, 2001, p. 36).⁶⁰ São os efeitos de sentido da contínua *compressão do tempo-espaço*

60 Um exemplo da tentativa de impor a temporalidade midiática sobre outros tempos está em nota da coluna de Daniel Castro, da *Folha de São Paulo* (edição impressa e online de 24/10/2007). O colunista noticia que as afiliadas de redes nacionais de TV no Amazonas, Acre, Rondônia, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Roraima estão em campanha para unificar os três fusos horários brasileiros sob um só, o de Brasília. A iniciativa visa a evitar a gravação da programação das cabeças de rede para exibi-las em seus estados com até 3 horas de diferença em função de nova classificação indicativa obrigar o cumprimento dos

em que os sistemas de comunicação e de fluxo de informações estão cada vez mais aperfeiçoados, cuja associação à racionalidade técnica da distribuição de mercadorias possibilitou a aceleração do tempo de produção e circulação das mercadorias e dos bens simbólicos como a produção televisiva associada à transmissão por satélite (HARVEY, 2003, p.257). “Em suma, testemunhamos outra difícil rodada do processo de aniquilação do espaço por meio do tempo que sempre esteve no centro da dinâmica capitalista” (HARVEY, 2003, p. 264).

A discussão dessa centralidade do midiático no mundo atual é uma das bases para o conceito de *midiatização*. Esse conceito já vinha sendo desenvolvido por Maria Cristina Mata (1999), como uma reconfiguração da cultura midiática em uma nova racionalidade produtora de sentido. Os meios informativos antecessores da internet, principalmente a televisão, o rádio e a imprensa constituíram, desde a segunda metade do século XX, uma cultura midiática. Cultura em que, segundo Maria Cristina Mata, mais que “saber imediatamente” se pode “saber antes”, uma capacidade de antecipação potencializada pelas técnicas de informação, que instaura uma nova dimensão do real: “o real informativo” (MATA, 1999, p.86). O que põe os meios massivos na centralidade, hoje, das análises e também das políticas de inclusão digital. Em seu caráter, os meios não só transportam sentidos, como se constituem como “marca, modelo, matriz, racionalidade produtora e organizadora de sentido” (MATA, 1999, p. 85).

fusos horários. Os donos de TVs contavam com um substitutivo da deputada Rebecca Garcia (PP-AM), dona da Bandeirantes de Manaus, propondo um único fuso no país. Na coluna de Daniel Castro, o presidente da associação das TVs do AM, Rui Alencar avisa que haverá novas tentativas: “A única solução é acabar com isso [fuso horário]. Senão, em plena era da comunicação em tempo real, vamos ter que mostrar telejornais e jogos de futebol gravados”. Em suma, pretende-se adaptar o tempo biológico das populações, que teriam que acordar às 3h no horário de verão, em função de manter o tempo midiático e seus respectivos horários de faturamento pela exibição da programação em rede nacional.

Eliséo Verón (2005) define a midiaticização como o processo complexo contemporâneo das lógicas que operam nas relações de produção de sentido afetadas pelas lógicas dos meios e produtos da mídia de massa, regidos por processos de mercado e venda de bens simbólicos. Essas lógicas nos afetam de diferentes maneiras. Por exemplo, temos em conta que grande parte de nossa compreensão da historicidade e do mundo é mediada pelo conteúdo simbólico presente nos produtos midiáticos (THOMPSON, 2001, p.38-39). Nossa representação de fatos históricos do século XX não se restringe aos testemunhos da história oral, mas também às informações contidas em livros, revistas, jornais, documentários e reportagens televisivas. As representações de fatos do mundo contemporâneo veiculadas pelas mídias também compõem a tessitura de nossas significações sobre a política, as práticas culturais, etc. de países que tenhamos estado ou não.⁶¹ Em várias dimensões e intensidades, as experiências de *sociabilidade*, de *identificação* e de sentimento de *pertencimento* também são mediadas pelas mídias, produzindo sentidos como o de *comunidades eletrônicas* (SARLO, 2004), pela mediação televisiva; *comunidades*

61 Diante disso, é complexa a relação entre os interesses econômicos de empresas de mídia e os interesses políticos, na construção midiática da realidade, uma vez que certas representações de mundo podem ressignificar determinados acontecimentos. “Um relatório do Programa Internacional de Comportamento Político da Universidade de Maryland, apoiado em pesquisas realizadas entre os meses de junho e setembro de 2003, nos EUA, constatou que 48% dos americanos acreditavam que suas tropas encontraram evidências de ligações entre o Iraque e a al-Qaeda; 22% acreditavam que as tropas encontraram armas de destruição em massa no Iraque; e 25% acreditavam que a opinião pública mundial apoiava a ação armada dos EUA. (A análise completa da pesquisa pode ser encontrada em: Steven Kull, Clay Ramsay e Evan Lewis, “Misperceptions, the Media, and the Iraq War”. **Political Science Quarterly**, v. 118, n. 4, p. 569-598, Winter 2003/2004).” ; LIMA, Venício de. **Observatório da Imprensa, Interesse Público**, 02/11/2004, Disponível em : <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=301IPB001>>. Acesso em: 16 out. 2007.

imaginadas (ANDERSON, 1989), pela mediação da imprensa ou *comunidades virtuais* (RHEINGOLD, 1996), pela mediação das mídias digitais.

Verón (2005) especifica que a midiatização marca o segundo momento da inserção das tecnologias de comunicação nas sociedades industriais. No primeiro momento, a partir do século XIX, teríamos o advento e a presença da imprensa escrita de massa e, em seguida, a articulação complexa com o rádio e a televisão. O segundo momento, a partir da segunda metade do século XX, caracteriza-se pela transformação das próprias instituições da sociedade em função do aprofundamento do papel das estruturas midiáticas. “A passagem das sociedades midiáticas para as midiatizadas expressa, na realidade, a adaptação das instituições das democracias industriais às mídias, tornando-se estas últimas as intermediárias incontornáveis da gestão do social” (VERÓN, 2005, p. 278). Verón corre o risco de generalizar a midiatização como um conceito que abrange a totalidade das representações sociais, entretanto, relativiza a total autonomia das mídias diante do sistema político, por exemplo, deixando somente como hipótese a possibilidade de que as instituições políticas cada vez mais fracassassem em suas funções e as mídias se tornassem “o lugar (o único) em que, no plano da sociedade global, far-se-ia o ‘trabalho’ sobre as representações sociais” (VERÓN, 2005, p. 279). Para ele, a complexidade da articulação entre as mídias e os receptores impede que as lógicas que presidem a transformação das representações sociais se reduzam à lógica de mercado. Essa relação complexa se caracteriza em uma heterogeneidade da oferta, com diferentes estratégias e tentativas das mídias de inserção na vida sociocultural, correspondendo à heterogeneidade das formas de apropriação da recepção (VERÓN, 2005, p. 280-281).

Há uma diferença da concepção de midiatização de Verón para a de Muniz Sodré (2002; 2006). Sodré deixa claro que o conceito de midiatização é distinto do de mediação porque não recobre a totalidade do campo social (SODRÉ, 2006, p. 22). Nisso, ele se aproxima da noção de Verón

ao situar a midiaticização também no espaço da articulação das “múltiplas instituições (formas relativamente estáveis de relações sociais comprometidas com finalidades humanas globais) com as várias organizações de mídia, isto é, com atividades regidas por estritas finalidades tecnológicas e mercadológicas” (SODRÉ, 2006, p. 22). Mas se distancia um pouco (e aqui se encontra o problema) ao dar uma ênfase muito maior aos processos evidenciados pela lógica das organizações empresariais e do capital, na produção das representações sociais, quando Verón, evocando a complexidade do processo de circulação dos sentidos, minimiza esse poder do mercado e do capital. Portanto, para Sodré,

a midiaticização é uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de “tecnointeração” – caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium*. [grifo do autor] (SODRÉ, 2002, p. 21).

Sodré compreende a noção de *medium* como um dispositivo cultural emergente, como uma “ambiência” em que as pautas individuais de conduta se articulam com as tecnologias da comunicação, em que o processo da comunicação é “técnica e mercadologicamente redefinido pela informação, isto é, por um produto a serviço da lei estrutural do valor, também conhecida como capital”. (SODRÉ, 2006, p. 20-21).

É possível evidenciar o papel significativo dessas tecnologias, mas sem cair num reducionismo ou deslumbramento às lógicas de mercado. Essas transformações das características midiáticas marcadas pelos usos e apropriações de determinadas condições de produção das *tecnologias tecnoinformacionais* (*mídias sociais* como blogs, *Youtube*, *MSN*, listas de

discussão, *Orkut* etc) apresentam-se como possibilidade de uma rediscussão das contribuições de Martín-Barbero (2001b), no campo das *mediações*. Em sua proposição teórica temos, num primeiro momento, o deslocamento da centralidade *dos meios para o lugar das mediações*, constituídas por “articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais”, “diferentes temporalidades” e “pluralidade de matrizes culturais” (MARTÍN-BARBERO, 2001a, p.270). Na revisão desse pensamento, Martín-Barbero faz o entrecruzamento entre a racionalidade tecnológica dos formatos industriais com a mediação das *matrizes culturais* (2001a, p. 17). Tal entrecruzamento possibilitou a criação de “gramáticas discursivas originadas de formatos de sedimentação de saberes narrativos, hábitos e técnicas expressivas” e de *gramáticas gerativas*, “cuja mobilidade provém tanto de mudanças do capital e das transformações tecnológicas como do movimento permanente das intertextualidades e intermedialidades que alimentam os diferentes gêneros e os diferentes meios” (MARTÍN-BARBERO, 2001a, p. 17). Nesse movimento, podemos antever os objetos tecnoinformacionais como novos lugares de significação, de racionalidade dos processos sociais, em suma, uma dimensão constitutiva da produção de sentido (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001). Nessa linha, o conceito de mediação desenvolvido por Muniz Sodré se aproxima da visão de Martín-Barbero em torno da *tecnicidade* como mediação, embora seja preciso deixar claro que a definição de mediação de Sodré seja distinta da proposta por Martín-Barbero.

O próprio Martín-Barbero já vem realizando uma revisão do conceito de mediação ao estabelecer a *tecnicidade* como uma dimensão constitutiva do processo de produção de sentido (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 9-13). Inspirado em Marcel Mauss, também coloca a técnica no mesmo lugar fonético da racionalidade ou da sociabilidade.

Pues cada cultura, por pequeño que sea el número de sus miembros, tiene un sistema técnico que se basa en una determinada “tendencia técnica”, que es lo que nombra la palabra tecnicidad, dando así el salto a pensar el carácter estructurador que la tecnología tiene en la sociedad (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.25).

A visão de tecnicidade de Martín-Barbero também é fundamentada em Heidegger, para o qual “la técnica no es pues un mero medio, la técnica es un modo de salir de lo oculto” (HEIDEGGER, 2001, p.14). Perguntar pela técnica, para Heidegger, é a possibilidade de desvelamento. Ver a técnica como “interpelação libertadora” e não como algo que se desenvolve de modo cego ou contra o qual tenhamos que nos rebelar (HEIDEGGER, 2001, p. 24). Ao mesmo tempo, a técnica é um “âmbito de mistério”, pois também não só desvela, mas também pode ocultar ou fazer esquecer. “Todo hacer salir lo oculto pertenece a un albergar y a un ocultar. Pero ocultado está, y siempre está ocultando-se, lo que libera, el misterio” (HEIDEGGER, 2001, p.23). Heidegger denomina a visão instrumental da técnica como “algo caduco”, pois a tecnicidade não é nem “un mero hacer del hombre ni tan solo un simples medio dentro de los limites de este hacer” (HEIDEGGER, 2001, p. 20). Como afirma Martín-Barbero (2004), inspirado em Heidegger, a técnica não é mera *fabricação*, mas *produção* que revela a *dimensão humana do inovar*, do fazer existir o *novo*, ao mesmo tempo em que corre o risco de fazer *esquecer*. E o que corremos o risco de esquecer? “De que la verdad de la existencia humana no se agota en saber ligado a la técnica pues hay otro saber que es el saber-del-ser” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 27).

Desta forma, pensar a técnica midiática em termos de *finalidade* é ficar na visão instrumental, quando deveríamos buscar o desvelamento, ou seja, o *sentido* das técnicas midiáticas, o que nos leva a pensar as formas de *apropriação*. Tendo sempre em vista que “el médio no se limita a vehicular

o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.31). Ao tratar especificamente da política como uma das mediações (instituições) sociais, Martín-Barbero evidencia uma mediação que a técnica exerce entre a política e a vida cotidiana dos cidadãos. Partindo da visão heideggeriana, Martín-Barbero aponta que a técnica midiática desvela na política uma profunda desconexão entre os partidos diante das novas sensibilidades. Os partidos políticos estariam hoje deslocados socialmente, pois perderam o controle “da configuração simbólica da representação” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.34). Porém, a constituição da técnica midiática como mediação (tecnicidade) não representa o fim da política (visão que podemos expandir também para outras mediações institucionais), mas

la reconfiguración de las mediaciones que constituyen sus modos de interpelación de los sujetos y de representación de los vínculos que cohesionan la sociedad. Mediaciones que se están tornando cada día socialmente más productivas (en el sentido en el que Heidegger entiende la producción) pero cuya producción permanece impensada (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.36).

Há o risco também de sobrevalorizar a “*mediação tecnológica*” (OROZCO GOMÉZ, 2006) em relação às demais mediações sociais no campo da comunicação. É o caso de Guillermo Orozco que afirma o enfraquecimento das mediações próprias das instituições sociais como a escola ou o Estado, que eram importantes para as audiências em sua produção de sentido. E que no desordenamento das mediações tradicionais, “a mediação tecnológica adquire uma importância talvez desmedida, ao mesmo tempo em que outras mediações quase desaparecem, ou se entrincheiram em fundamentalismos” (OROZCO GOMÉZ, 2006, p.88-89). Ou seja,

ele não percebe, como Martín-Barbero (2004), uma reconfiguração das mediações, em vez do seu desaparecimento ou entrincheiramento, diante da configuração de um “ecossistema comunicativo” que não se reduz a máquinas e meios, mas por

nuevos lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras, por la hegemonia de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica, y por la reintegración de la imagen al campo de la producción de conocimiento. Todo lo cual está incidiendo tanto sobre lo que entendemos por comunicar como sobre las figuras del convivir y el sentido de lazo social. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.36).

Ou seja, essas novas linguagens, sensibilidades, saberes e escrituras (PISCITELLI, 2005; MARTÍN-BARBERO, 2004) se produzem na articulação complexa entre oferta midiática e recepção, são novas possibilidades de gramáticas de produção e de reconhecimento, desenvolvidas no entrecruzamento entre os formatos midiáticos industriais (com suas lógicas de mercado) com as *matrizes culturais*, como propõe Martín-Barbero. Quando alguém, no eixo da produção, desenvolve uma plataforma para interação entre pessoas no ambiente digital, pensa em termos de *interface*, ou seja, de *representação* (JOHNSON, 2001, p.4), não somente como uma racionalidade matemática codificada binariamente, mas em como esses códigos podem representar uma ambiência reconhecível pelos internautas. Ou seja, os formatos digitais são desenvolvidos a partir das experiências culturais, das matrizes que constituem aquele sujeito que a produz, pois o *mundo-objeto da tecnologia* deve ser pensado como pertencente ao *mundo da cultura* (JOHNSON, 2001). Desta forma, os meios digitais e suas interfaces constituem uma cultura específica ou foram desenvolvidos a partir de um modelo cultural específico.

No caso da entrada do computador em um determinado contexto sociocultural, em políticas de combate à exclusão digital, que primam pela presença física do computador como possibilidade de desenvolvimento, seus efeitos não se produzem como causalidade. Os sentidos produzidos, as formas de sua apropriação, são complexos e dependentes do contexto de mediação. Por exemplo, o computador pode ser uma ferramenta poderosa para o aprendizado. Com essa premissa, foi implantado em 38% das escolas brasileiras e a perspectiva é chegar à totalidade delas, pois hoje seria dado como impensável uma escola sem computadores. Contudo, o Ministério da Educação (MEC) apresentou resultados de uma pesquisa, em 2007, que “permite afirmar que o aparecimento de novos laboratórios de computadores nas escolas brasileiras fez o ensino piorar”.⁶² Os dados apontam que os estudantes que acessam computadores nas escolas estão seis meses atrasados nas disciplinas do currículo em comparação àqueles que não têm acesso ao equipamento. Ou seja, os computadores foram implantados nas escolas brasileiras numa perspectiva instrumental: como se a presença e o contato com eles gerassem por si só o aprendizado. Faltou aí a compreensão da necessidade de estabelecer um processo de entrecruzamento com uma figura ainda necessária na mediação institucional que é a escola: a figura do professor como propulsor da circulação de sentidos entre os alunos e o ambiente digital do computador.

Portanto, se queremos entender o processo de midiaticização como processo de circulação dos sentidos é preciso ver que o fluxo demanda uma nova visão, já não em termos de finalidades, de causa e consequência – perspectiva linear – mas em termos de circularidade das causas, de recursividade. A *mediação*, que implica movimento de significados, é circulação de significados para além de um fluxo de dois estágios (SILVERSTONE,

62 ANTUNES, Camila. **Desconectados**: sem supervisão, computadores nas escolas brasileiras mais distraem do que ensinam. *Revista Veja*, 08/08/2007, p. 102.

2002, p.33). Logo, se num momento a sociedade criou esses aparatos tecnológicos por demandas comunicacionais específicas, esses objetos, em seus usos demandam novas formas e modalizações das interações. Como ressalta, Milton Santos, a respeito das cidades como objetos técnicos modernos, a copresença e o intercâmbio também são condicionados pelas infraestruturas (2002, p.319). Esse fator condicionante, embora visto como *uma racionalidade estruturada e estruturante* (BOURDIEU, 2003) que cerceia e controla as margens na circulação da oferta, pode ser também “quebrado” por esse mesmo processo de circulação, por quem está na ação de recepção e consumo. A contrapartida do fluxo pode ser percebida, por exemplo, no que denomina Milton Santos a ação silenciosa ou, por vezes, ruidosa, dos pobres, ou seja, aqueles para quem não foi pensada – ou foram excluídos da – a racionalidade técnica.

Os pobres abrem um debate novo, inédito, às vezes silencioso, às vezes ruidoso, com as populações e as coisas já presentes. É assim que eles reavaliam a *tecnosfera* e a *psicosfera*, encontrando novos usos e finalidades para objetos e técnicas e também novas articulações práticas e novas normas, na vida social e afetiva. (SANTOS, 2002, p. 326).

A produção de novos usos e a resignificação de finalidades nos obrigam a ver o consumo como um lugar de disputa em que não está em jogo simplesmente a posse dos objetos. O consumo é também lugar de produção de sentidos, caracterizado pelos *usos* que dão forma social a esses mesmos objetos “e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais” (MARTÍN-BARBERO, 2001a, p. 302). E no processo de produção de sentidos, como assevera Martín-Barbero, recupera-se o processo de reconhecimento como *interpelação*, que questiona a constituição dos sujeitos individuais e coletivos e fortalece a sociabilidade.

Todos se fazem e se refazem na trama simbólica das interpelações, dos reconhecimentos. Todo sujeito está sujeito a outro e é ao mesmo tempo sujeito para alguém. É a dimensão viva da sociabilidade atravessando e sustentando a dimensão institucional. (MARTÍN-BARBERO, 2001a, p.316).

A mediação, portanto, não é individual, mas envolve o trabalho de instituições, grupos e tecnologias (SILVERSTONE, 2002, p.37). Pela formação dos hábitos, que possibilitam a direção e a especialização das atividades, os indivíduos caminham para a institucionalização das ações habituais (BERGER; LUCKMANN, 2003, p.78-79). Estas ações são sedimentadas pela linguagem como totalidades coerentes, institucionalizadas, e legitimadas por *universos simbólicos* que constituem um campo ou área de atividade, como matriz de significados *socialmente objetivados e subjetivamente reais* (BERGER; LUCKMANN, 2003, p. 97, 122, 132). Mas não podemos pensar a mediação somente em termos de sedimentação, de consenso ou acomodação. Ao mesmo tempo em que a linguagem mediação é institucional, é social e simbólica por implicar *a compreensão intersubjetiva e atribuição de sentido ao mundo*, ela também produz relações de poder, visto que os falantes não se encontram no mesmo estatuto social e de poder. (CORREIA, 2004, p. 15, 19, 23).

Sob o ponto de vista dos *dispositivos tecnomidiáticos*, é proveitoso metodologicamente recuperar o conceito de mediação não só como racionalidade, como lugar de onde se constroem processos de significação e ressignificação. Paulo Vaz (2004) ao tratar de mediação e tecnologia propõe uma concepção de mediador/mediação enquanto lógica, prática, *habitus*, mas também como aquele/aquilo que está entre dois e os põe em contato – conexão, conectividade - segundo lógicas, formatos e regras de distribuição específicos. Aquele que coleta, produz, seleciona, filtra, formata. Corresponde a modelos e estruturas de poder contextualizados

socialmente. O mediador tradicional seria, por exemplo, o jornalismo impresso (VAZ, 2004, p.219). E a internet/rede como sistema “acentrado”, nós e intensidade de fluxos, apontaria para novas formas de interação *muitos-muitos*, em que cada um poderia ser um mediador, ampliando os fluxos, elegendo novas conectividades e aproximações e personalizações (VAZ, 2004). Contudo, a internet é *assimétrica* (PISCITELLI, 2005; WOLTON, 2003), possuindo centros de maior fluxo, concentração de dados e número de conexões, em contraponto a regiões de menor fluxo, velocidade, conexão e armazenamento de dados.

Milton Santos distingue mediação como *racionalidade* e como *ação*, aponta o confronto de racionalidades em relação a interações mediadas pela técnica e aquelas mediadas pelos símbolos e ações comunicacionais (2002, p.315). Mas em vários exemplos do texto aponta que os objetos técnicos promovem conexão, aproximação, vizinhança, apropriações, usos distintos. Logo, a mediação pode ser vista também como aquilo que se põe em articulação, que se coloca entre o lugar do dispositivo. Portanto, ao estudar os usos sociais da técnica, não podemos ampliar somente os processos de negação ou recusa como uma “recepção ativa”, mas dar ênfase também aos processos de apropriação, ou seja, os usos de fato, que apontam não somente para um “pressuposto” êxito dos dispositivos, mas também para outros pactos, construídos e negociados justamente no processo de circulação, para além do que está determinado no pacto da oferta.

É esse lugar indeterminado que alimenta a processualidade da comunicação e pode nos levar a repensar os processos tecno-interacionais. Isso porque essas tecnologias jogam um papel muito importante nos processos comunicacionais em rede e na produção de vínculos e conexões entre sujeitos (CHAPARRO ESCUDERO, 2004; CASTELLS, 2004; LOADER, 2004). É mais do que um fim instrumental, o de saber manipular as tecnologias com o objetivo de sair da exclusão digital ou sentir-se um incluído ao aprender corretamente os modos de uso ofertados (WARSCHAUER,

2006). O internauta, ao apropriar-se das novas formas e formatos de expressão tecnológica, pode estabelecer vínculos, conexões, redes, contatos, em interação com outras na situação de uso do espaço do telecentro ou em interatividade com ambientes midiáticos digitais e outros sujeitos em rede via internet (PISCITELLI, 2005). Os processos interativos entre sujeitos e produtos midiático-comunicacionais digitais estabelecem um fluxo para além da perspectiva funcional da dicotomia emissor-receptor e do modelo informacional, vigente em muitos modelos de pesquisa e em muitas proposições midiáticas ofertadas na web (PRIMO, 2002), mas não eliminam o caráter assimétrico.

1.9 Ambiências: espaço arquitetônico, espaço digital (ciberespaço) e semiosfera pessoal

O primeiro eixo de nossa pesquisa é investigar qual é o *ethos comunicacional* que caracteriza os modos de *acessar, habitar, interagir/comunicar, conviver* com as tecnologias digitais nos telecentros de acesso público gratuito, em relação à complexidade do ambiente midiático-comunicacional do telecentro, configurada em seu *sistema de objetos* – espaço arquitetônico e estrutura tecnológica (condições de acesso aos computadores e internet; conjunto de softwares e hardwares disponíveis) – e *sistema de ações* específico – regimes de normas, projetos, finalidades, funcionamento, regras, rituais, estratégias, táticas, afetividades, emotividades. Para construir esse movimento é necessário, antes, desenvolver o conceito de *ambiências*.

A visão de *medium* de Sodré (2002), em que fundamenta sua noção de midiaticização, não cai numa linha reducionista binária de negação ou deslumbramento, mas entra numa terceira via quando o define como um dispositivo cultural emergente, para além das ideologias tecnicistas que deixam ver os dispositivos midiáticos somente por seu aspecto técnico, sem transparecer sua “dimensão societal” comprometida com uma forma

específica de hegemonia, a informacional, que estaria a serviço da estrutura do capital (SODRÉ, 2002, p. 22). Sodré defende que esses objetos não são mais somente dispositivos técnicos de comunica o socialmente produzidos pelo mercado capitalista, mas estão acoplados a um fluxo comunicacional, uma canaliza o estendida que pode transformar o código produtivo em “ambiência” existencial (SODRÉ, 2002, p. 20).

A no o de *medium* tem se tornado recorrente em estudos dedicados às realidades digitais, principalmente como uma tentativa de oposi o   no o de *meio*, entendido como canal de transmissão em uma rela o linear e unidirecional (SCOLARI, 2004, p. 66). O *medium* como forma digital constituiria uma *ecologia* (PISCITELLI, 2005), numa rela o de recursividade. A no o de *medium* de Sodré também entra nessa caracteriza o quando ele a aplica como “tecnologia societal”, a diferença   que sua proposi o identifica o conceito como subordinado   lógica hegem nica do capital. A possibilidade de intera o, representa o e imersão no entorno digital (SCOLARI, 2004) pelas interfaces do computador como *espaço informacional* (JOHNSON, 2001; FRAGOSO, 2005), assim como da capacidade de alocar, incubar ou gestar outros meios (LEMOS, 2003), fortalecem a visão de ambiência digital. A possibilidade de o internauta “navegar” entre as páginas da web, clicando nos links que interconectam os sites corroboram para a sensa o de um percurso espacial tridimensional na bidimensionalidade das páginas (FRAGOSO, 2005). A no o de ambiência se reforça com a internet ao levarmos em conta a interconexão mundial dos computadores, que caracteriza o *ciberespaço*. O ciberespaço pode ser definido como um *espaço de fluxos* (LEMOS, 2003). Pierre Lévy define o ciberespaço “como o *espaço de comunica o aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores*” [grifos do autor] (1999, p. 92). Ambas as defini es são limitadas. A primeira, porque não explicita os matizes de assimetrias e gargalos dos fluxos do ciberespaço. A complexidade do espaço digital, ou ciberespaço, partindo

do concreto demonstra a existência de aberturas mais ou menos estreitas, interconexões com maior ou menor infraestrutura e velocidade.⁶³ A segunda, porque exclui os sujeitos internautas como parte do ciberespaço. A *semiosfera*⁶⁴ da espacialidade pessoal do internauta interage, desta forma, com múltiplas possibilidades de ciberespaço, pois a “mera conexão entre servidores e terminais não basta para deflagrar o ciberespaço” (FRAGOSO, 2003, p. 219). É preciso a ação dos seres humanos, na forma de usos e apropriações como produção de sentido, para que ele seja efetivamente criado, em que importam as condições e locais ‘reais’ onde estão ancorados os fluxos dos dados.⁶⁵ Portanto, a noção de ambiência midiática, vista como um “ecossistema midiático” (MARTÍN-BARBERO,

63 Suely Fragoso também relaciona as infra-estruturas e conexões à compreensão dos “múltiplos” ciberespaços e seus determinantes político-geográficos: “A heterogeneidade das condições de conexão, configuradas pela confiabilidade e capacidade da infra-estrutura de telecomunicações e pelas formas de taxaço dos serviços, refletem, mais uma vez, as diferenças político-geográficas entre as várias regiões” (FRAGOSO, 2003, p. 216). Segundo dados da *Telegeography* (<http://www.telegeography.com/>), divisão de pesquisa da *PriMetrica Inc.*, a largura da banda de conexão do continente europeu é da ordem de 40.7 Terabytes por segundo (Tbps). A conexão entre EUA e Canadá vem em segundo lugar, com 16.6 Tbps. A Ásia apresenta 9.6 Tbps, a América Latina, 5.1 Tbps e, por último, a África, com 571 Gigabytes por segundo (Gbps). Dados são de 2011 e publicados em 2012, disponíveis em <<http://www.telegeography.com/telecom-resources/map-gallery/global-internet-map-2012/index.html>>, acesso em 20 abr 2013.

64 A nossa concepção de *semiosfera* é fundamentada em Iuri M. Lotman. Para Lotman, embora o espaço da *semiosfera* tenha um caráter abstrato, de modo algum “significa que el concepto de espacio se emplee aquí en un sentido metafórico. Estamos tratando con una determinada esfera que posee los rasgos distintivos que se atribuyen a un espacio cerrado en sí mismo. Sólo dentro de tal espacio resultan posibles la realización de los procesos comunicativos y la producción de nueva información”. E acrescenta: “La semiosfera es el espacio fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis”. (LOTMAN, 1996, p. 23-24). Voltaremos ainda ao conceito.

65 “Assim, embora em mais de um sentido o ciberespaço não possua as qualidades tangíveis do espaço geográfico, os fluxos de dados encontram-se ancorados em localidades ‘reais’ cuja heterogeneidade condiciona significativamente não apenas a disponibilidade e o perfil das

2004) necessita não somente de uma constelação de diferentes modos de comunicar, mas de sujeitos que se representam nessa espacialidade, comunicam-se, informam-se, trocam experiências e opiniões, deixam suas marcas.

A espacialidade digital se completa na espacialidade própria do internauta, em conexão com a forma como estão organizados os objetos técnicos (computadores, periféricos, estrutura da sala do telecentro) e as características e condições tecnológicas do acesso local ao ciberespaço via internet, cuja interseção constitui uma *ambiência*, um “entorno da vida” em que a *tecnosfera* (mundo dos objetos) – que solicita ou *in-forma* aos internautas interações a partir de um agir técnico-formal, de uma racionalidade – é impossível de ser separada de uma esfera da ação mais ampla, a *psicosfera*, que oferece regras à racionalidade, “reino das ideias, crenças e paixões” e lugar da produção de sentido (SANTOS, 2002, p. 256). Na geração de ambiências, há a necessidade dos objetos técnicos, mas também da ação significativa sobre eles. “Como hoje nada fazemos sem esses objetos que nos cercam, tudo o que fazemos produz informação”. (SANTOS, 2002, p. 321). Esse espaço das ideias, das crenças e paixões, lugar da produção de sentido, ou seja, da ação significativa, pode ser definido com o espaço da *semiosfera* dos internautas, que tem um *caráter abstrato*, mas cujo sentido de espacialidade não é *metafórico* (LOTMAN, 1996). Não é metafórico na medida em que tem um *caráter delimitado* (LOTMAN, 1996, p. 24), ou seja, possui *fronteiras* que estabelecem a separação e, ao mesmo tempo, o contato entre os espaços intra e extra-semióticos de uma semiosfera específica. “La frontera es un mecanismo bilíngüe que traduce los mensajes externos al lenguaje interno de la semiosfera y a la inversa”. (LOTMAN, 1996, p. 26).

ferramentas tecnológicas disponíveis, mas também os usos e apropriações realizados com essas mesmas ferramentas” (FRAGOSO, 2003, p. 219).

Outra característica importante é a da *irregularidade semiótica*, ou seja, se há uma fronteira que separa e põe em contato um conjunto semiótico com um espaço *não-semiótico*, é preciso considerar que este último se trate de um espaço de *outra semiótica*. Assim, se do ponto de vista de um *observador interno* se vê o que está do outro lado da fronteira como algo que foge da organização e regularidade do núcleo semiótico que define determinado *espaço cultural particular*, um *observador externo* poderia identificar uma *periferia semiótica* marcada por uma *obrigatória irregularidade* (LOTMAN, 1996, p. 29). Iuri Lotman aplica o conceito para o entendimento das relações de espaço (*centro/periferia*) e de tempo (*ontem/hoje*) das culturas. “La cultura crea no solo su propia organización interna, sino también su propio tipo de desorganización externa”. (LOTMAN, 1996, p. 28-29). Podemos ver isso nas formas como um determinado núcleo estrutural estabelece *metadescrições* (gramáticas) de maior rigidez, constituindo-se como uma forma cultural central, que discriminam como alheios àquela gramática a outros núcleos, considerados periféricos. (LOTMAN, 1996, p. 30). Estes núcleos, que na temporalidade específica são considerados periféricos, justamente por não se reconhecerem na rigidez imposta como diferenciação do núcleo (no momento) central, atuam num regime de *flexibilidade*. (LOTMAN, 1996).

São essas construções *flexíveis* dos núcleos periféricos que possibilitam, na fronteira da semiosfera dada, o diálogo com outras semióticas, possibilitando justamente a *semiose*. “La interacción activa entre esos niveles deviene una de las fuentes de los procesos dinámicos dentro de la semiosfera” (LOTMAN, 1996, p. 30). Esse processo de interação entre os níveis centrais e periféricos da semiosfera, por sua organização global não-homogênea, é um dos mecanismos de produção de nova informação dentro da esfera, garantindo, assim, a renovação da mesma. Ao mesmo tempo em que tal organização possibilita a semiotização do que vem de fora, transformando-o em informação válida para aquela semiosfera. Por

sua flexibilidade, os núcleos periféricos que se encontram na *fronteira* atuam nesse *lugar* de separação (e de encontro), de filtro, entre o *próprio* e o *alheio*, atuando sobre as mensagens filtradas do ambiente externo e na tradução destas mensagens à linguagem própria, como também na operação de conversão do que é caracterizado como “não-mensagem” externo em mensagem. (LOTMAN, 1996, p. 26). “Eso prepara en el futuro el traslado de la función de núcleo estructural de la periferia de la etapa precedente y la conversión del antiguo centro en periferia”. (LOTMAN, 1996, p. 30).

Contudo, a interação entre os núcleos centrais e periféricos da semiosfera, com o intuito de produzir textos novos, não se dá pela simples transmissão de mensagens, mas na forma de *intercâmbio*, pois entre os participantes há relações não só de *semelhança*, mas de *diferença* (LOTMAN, 1996, p. 32). Desta forma, o processo de *semiose* ocorre da seguinte maneira: os elementos que participam do intercâmbio não precisam ser “isomorfos” um em relação ao outro, mas cada um em separado necessita ser *isomorfo* a um *elemento terceiro*, de cujo sistema fazem parte. (LOTMAN, 1996, p. 32). Esse processo ocorre tanto nos intercâmbios entre níveis de uma semiosfera dada como nas interações entre distintas semiosferas, em que atuam ou se estabelecem as *fronteiras*, no processo de conhecimento mútuo e de inserção em um dado mundo cultural comum, que provocam tanto uma aproximação entre distintos espaços culturais como a produção de distinções, especializações dentro desses espaços. Desta forma, podemos pensar a ambiência dos telecentros como um intercâmbio entre distintas semiosferas: *espaço digital*, *espaço pessoal* e *espaço dos objetos técnicos* (arquitetônico) em que cada uma faz parte de um espaço de significação específico, com suas gramáticas e modos de organização próprios, mas ali se encontram numa fronteira que os põe em relação: o telecentro como *ambiência midiático-comunicacional*, como uma semiosfera de interseção.

A semiosfera pessoal entendida como a espacialidade cultural do internauta, lugar onde operam suas significações, aproxima-se do que Milton Santos define como *agir simbólico* que “compreende formas afetivas, emotivas, rituais, determinadas pelos modelos gerais de significação e representação” (SANTOS, 2002, p. 82). Tomemos uma situação em que uma pessoa, vinda da América Latina para Barcelona, acessa pela primeira vez a internet num telecentro gratuito, por que ouvira falar que poderia ali enviar cartas para seus parentes no Peru através do computador. Na fronteira entre a semiosfera do ciberespaço e a sua semiosfera pessoal está a interface do navegador web. Só que ele não domina a gramática da representação do ciberespaço: hipertextos, hiperlinks, atualizações de páginas, códigos e protocolos de comunicação (*http, html, etc.*) nem tampouco um que é um *correio eletrônico (e-mail)* ou como se faz um. Faz parte da sua esfera de significação um conjunto de práticas culturais em torno da experiência de escrever cartas em papel, com caneta, que é dobrada, colocada num envelope e identificada com um código específico usado pelos correios: o endereço postal. No interior de sua semiosfera pessoal, codificar um *correio eletrônico* está fora de seus limites, portanto, não faz sentido algum. Nessa fronteira entre sua semiosfera (com as condições de produção e uma gramática que representam uma carta em papel) e a semiosfera do ciberespaço (com a forma e a gramática que produzem o *e-mail*), atuam na fronteira como tradutores (o *terceiro, a mediação*) na produção social de sentido (*semiose*) entre estas distintas semiosferas: a interface do correio eletrônico cuja forma traz determinadas marcas da representação de uma carta tradicional e, principalmente, a figura do estagiário ou monitor, que faz parte da semiosfera do telecentro, que atua no processo de tradução de um código semiótico para o outro, tornando a experiência reconhecível pela pessoa que deseja enviar o e-mail.

A ambiência comunicacional de um telecentro não está restrita à conexão da espacialidade do sujeito com a espacialidade digital representada

nas hiperconexões entre páginas da Web ou interações (sincrônica e assincrônica) via e-mail, programas de trocas de mensagem, listas de discussão, Orkut etc. Essa ambiência se completa na interseção com a *espacialidade física* constituída de objetos técnicos (arquitetura, computadores, periféricos, mesas, cadeiras, etc.) em que ocorrem ações significantes, ou seja, interações com as espacialidades culturais das pessoas que frequentam o telecentro. Essas *vivências* pessoais têm suas marcas significativas na forma como, culturalmente, gestos, posturas, distâncias, exclamações, interações corporais que constituem o *bio-comunicacional* (HALL, 2005a, p.198) produzem sentido em um *espaço arquitetônico*. “No relacionamento entre o homem e a dimensão cultural, *o homem e seu ambiente participam na modelagem um do outro*. O homem está agora na posição de realmente criar o mundo total em que vive...” [grifos do autor] (HALL, 2005b, p. 5). Ou seja, a concepção cultural do espaço físico do telecentro e das opções de posicionamento dos objetos técnicos se manifesta em dimensões de forma arquitetônica (visual, tátil, auditiva, odorífica) aos sentidos e significações produzidas pelos que nele se demoram. Para que possamos *compreender a percepção e o uso do espaço* pelas pessoas, ou seja, a *proxêmica*, como definiu Edward T. Hall (2005a), é preciso entender “o espaço social como bio-comunicação” (HALL, 2005a, p. 198). Para Hall, o sentido de espaço que temos é produto de uma interação entre as características biológicas dos estímulos sensoriais (visuais, auditivos, cinestésicos, olfativos e térmicos). Cada uma compõe um sistema complexo que sofre a atuação de modalidades e configurações da *cultura* (HALL, 2005b, p. 225). A modelagem dos nossos mundos perceptivos é uma função da *programação cultural* que atua sobre nossos estímulos sensoriais, contudo, há outra força atuante: a relação, as atividades e emoções do contato entre distintos mundos perceptivos, portanto, *comunicação*. “A modelagem de mundos perceptivos é uma função não só da cultura, mas de *relacionamento, atividade e emoção*” (HALL, 2005b, p. 225). Vem daí a visão de Edward T. Hall do espaço

social como *bio-comunicação*.⁶⁶ A espacialidade arquitetônica pode ser compreendida como o *cenário* (*setting*) (GOFFMAN, 2006) composto pelos móveis, os equipamentos, a decoração que constituem determinado fundo cênico, cujos signos informam uma *situação* (enquadramento, contexto, ambiente, clima) específica que repercute na atuação dos diferentes participantes da interação no telecentro, no tipo de representação que cada um faz de si e dos demais, solicitando uma *fachada* que corresponda ao enquadramento. “La fachada, entonces, es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación” (GOFFMAN, 2006, p.34). Essa *fachada* ou *papel* que passam a representar é composta de determinada aparência (*appearance*) e comportamentos (*manner*). A aparência nos informa acerca do “estado ritual temporário” do participante da interação. E os comportamentos nos advertem sobre o papel que se espera desempenhar na situação que se aproxima (GOFFMAN, 2006, p. 36). Podemos pensar, por exemplo, as expectativas do internauta que chega ao telecentro em relação ao estagiário, cujo papel, além de ajudar o internauta sobre programas e softwares, é de manter a ordem e a disciplina estabelecidas nas regras do telecentro. No processo de interação, é possível que a aparência e o comportamento do estagiário possam se contradizer mutuamente (GOFFMAN, 2006), seja pela maneira de vestir-se ou pela postura adotada diante dos internautas. Logo, há a necessidade de *ocupar*, por um tempo, esses espaços dos telecentros, de neles permanecer em diversos momentos, pois representam uma *programação cultural* ofertada pelos gestores dos projetos de inclusão digital, em que estão em constante relação os *micro-espacos* (ou *subespacos*, como fala Milton Santos, ou *níveis de semiosfera*, em termos de Lotman,

66 A noção de Edward T. Hall (2005a; 2005b) de *biocomunicacional* é distinta da proposta de *bios midiático* de Muniz Sodré (2002; 2006). Trataremos isso quando formos abordar o conceito de *ethos midiático digital*.

enquadramentos em termos de Goffman) constituídos nos contatos interpessoais (HALL, 2005a, p.198) com os objetos técnicos e com o espaço digital, que constituem o que chamamos de *ambiência* do telecentro. Da mesma forma, como podemos pensar a casa, a sala de aula, uma *lan house* como *ambiências* distintas.

Se pensarmos no âmbito privado de uma casa, já temos diferenças de *ambiência* de acesso à espacialidade digital, caso se realize através de um computador conectado no quarto, no escritório, ou na sala de estudos. Em outra situação, pensemos objetivos, expectativas, atuações dos sujeitos que navegam no ciberespaço numa sala de aula. Esses ambientes podem corresponder a diferentes comportamentos do internauta, por exemplo, ser mais ou menos objetivo em sua navegação na Web, sentir-se vigiado, motivado, inspirado, solidário, à vontade, constrangido etc. “Uma sala repleta de jogadores de games e de transeuntes não é um lugar convidativo para calcular imposto de renda ou para escrever cartas complexas de amor. Entretanto, onde há vontade de, pode haver uma maneira” (WELLMAN, 2002, p.17). O conforto (climatização, velocidade, definição de tela, riqueza de periféricos atualizados), o isolamento arquitetônico (divisórias ou cabines entre máquinas) e o tempo de uso segundo o valor pago, característicos de uma *lan house* de shopping, produzem *ambiências* e experiências distintas de um telecentro na periferia de Curitiba, instalado numa sala anexa ao salão comunitário paroquial, com cadeiras improvisadas, fruto de doação, computadores sem áudio/câmera e tempo de uso limitado, por ser gratuito e focar o atendimento do maior número de pessoas possível.

Portanto, temos na *ambiência* midiático-comunicacional do telecentro a articulação de espacialidades tecno-informacionais, digitais (ciberespaço) e pessoais. O desafio é justamente problematizar essa *ambiência* num processo de interseção e interação entre estas três espacialidades, evitando uma construção em termos de espacialidade pessoal

versus digital, ou *versus* espaço arquitetônico, pois cairíamos numa visão de causa e efeito, que romperia a noção de ambiência. A perspectiva ecológica de Gregory Bateson (1998; 2006) nos ajuda a pensar uma *ecologia midiático-comunicacional* da ambiência dos telecentros, na medida em que, pela *recursividade*, podemos pensar essa relação entre as espacialidades em termos de um *circuito*. A metáfora da relação homem-árvore de Bateson é um exemplo da passagem da *relação de oposição* para uma *relação ecológica*.

Es fácil advertir que ese cambio de perspectiva, es decir pasar de pensar en “el hombre versus el árbol” a pensar en “el hombre como parte de un circuito que incluye el árbol” ha de modificar nuestras ideas sobre la naturaleza del si mismo, la naturaleza del poder, la responsabilidad, etc. (BATESON, 2006, p. 333).

Desta forma, podemos pensar a ambiência do telecentro como uma relação complexa em que problematizamos a espacialidade do internauta como parte de um *circuito* que inclui as espacialidades digital e arquitetônica. No entanto, o próprio Bateson adverte sobre a dificuldade de compreender determinado objeto do conhecimento sem analisar as partes que o constituem, mas em cuja análise particularizada sempre há o risco de violentar o sistema em seu conjunto (BATESON, 2006, p. 337-338). Assim, é preciso refletir sobre cada uma dessas espacialidades, com suas especificidades, características, limites e possibilidades comunicacionais sempre em relação com a ambiência do telecentro. A própria análise de cada uma das espacialidades tem sempre relações com as duas outras, estabelecendo múltiplos contextos. Os múltiplos contextos (referentes) estão relacionados com a riqueza de significados possíveis na relação dos internautas com a espacialidade digital e com o espaço físico dos objetos técnicos do telecentro, pois entendemos a produção de sentidos por parte dos sujeitos internautas numa relação “mensagem-mais-referente”

(BATESON, 1998, p.437). Os objetos técnicos (computadores, periféricos, arquitetura da sala etc.) não “existem” sem as ações culturais, pois *tecnosfera* e *psicosfera* constituem e diferenciam os *lugares*, os espaços. “Assim, cada lugar, cada subespaço, tanto se define por sua existência corpórea, quanto por sua existência relacional” (SANTOS, 2002, p.257). Portanto, seria incompleta a compreensão do ambiente midiático-comunicacional dos telecentros se observássemos somente a ordem técnica e formal, uma vez que é no *agir simbólico* que se manifestam as “formas culturais de apropriação e utilização da técnica” (SANTOS, 2002, p. 82). O *agir simbólico* “não é regulado por cálculo e compreende formas afetivas, emotivas, rituais, determinadas pelos modelos gerais de significação e representação”. (SANTOS, 2002, p.82).

Portanto, nosso eixo para compreender a ambiência dos telecentros será o *agir simbólico* dos sujeitos internautas em dois aspectos metodológicos. Tomaremos o conjunto de significações, cujas marcas possam ser caracterizadas nas *vivências*, *percepções* e *representações*, dos usos e apropriações que fazem os internautas em relação aos modos como estão organizados os telecentros e suas condições formais e técnicas de acesso ao ciberespaço.

A questão que nos orienta nesse primeiro eixo da investigação é: como essa ambiência midiático-comunicacional, conexão entre espacialidades físicas, digitais e pessoais, é *vivida*, *percebida* e *imaginada* (HARVEY, 2003) a partir das significações produzidas por internautas em telecentros de acesso público gratuito? As dimensões do *vivido*, *percebido* e *imaginado* são desenvolvidas por David Harvey a partir das contribuições de H. Lefebvre, correspondendo o “vivido” às *práticas materiais espaciais*; o “percebido”, às *representações do espaço*, e o “imaginado” refere-se aos *espaços de representação* (HARVEY, 2003, p.201-204). Para efeito de nossa investigação em termos metodológicos, dentro do *agir simbólico*, o *vivido* corresponde às experiências realizadas pelos internautas no fluxo do

espaço do telecentro (o que fazem concretamente, o que dominam?); o *percebido* compreende as significações e conhecimentos (competências) que permitem ao internauta falar sobre suas experiências materiais nas espacialidades físicas e digitais (o que conhecem, o que preferem; sentidos sobre o que é ofertado); o que nos dará acesso às invenções mentais, à *imaginação*, dos internautas sobre “novos sentidos ou possibilidades para as práticas espaciais” (HARVEY, 2003, p.201), ou seja, o que gostariam de saber e praticar? *Quais os sentidos dessa vivência presencial e digital na ambiência dos telecentros de acesso público gratuito?* Edward T. Hall desenvolveu três categorias para se observar o espaço em função da cultura (do grupo, da organização, de uma instituição, de uma etnia, etc.). São elas o *espaço fixo*, o *espaço semifixo* e o *espaço dinâmico*. No caso dos telecentros de acesso público gratuito, poderemos observar justamente as *vivências*, *percepções* e *imaginações* desses espaços tendo em vista da rigidez ou dinamicidade do modelo cultural institucional que determina um modelo de estrutura arquitetônica, das tecnologias disponíveis e as formas de apreensão por parte dos sujeitos das comunidades atendidas ao ocupar o espaço físico e digital.

A arquitetura de uma sala de telecentro pode dar aos internautas uma sensação de bem ou de mal-estar, de estar confortável ou incomodado com determinadas características, de conseguir ou não concentrar-se em sua navegação. “Ela [a arquitetura] pode proporcionar um refúgio onde o indivíduo tenha como ‘se soltar’ e ser ele mesmo” (HALL, 2005b, p.131). Hall dá o exemplo de espaços públicos como uma estação de trem em que os bancos são fixos de uma maneira em que as pessoas mantenham uma distância que inibe a interação. São os espaços *desagregadores*. O que seria diferente de uma mesa num café em que a disposição da mesa e das cadeiras é um convite ao encontro. Este tipo seria um espaço *aglutinador*. Desta forma, há uma relação entre a disposição da mobília e a possibilidade de motivar ou não algum tipo de interação ou conversa (HALL, 2005b, p.

135-136). No espaço dos telecentros, a existência de anteparos entre uma máquina e outra ou a diferença entre maior e menor distância entre elas pode dar uma sensação de privacidade ou de possibilidade de contato. As *lan houses* são mais equipadas com esse tipo de mobília que produz uma maior sensação de privacidade, mas nem sempre.⁶⁷ Contudo, mesmo numa situação de navegar em máquinas próximas uma da outra, nossa percepção espacial, tanto auditiva como visual, é capaz de fazer seleções.

A percepção espacial não é uma questão apenas do que pode ser percebido, mas do que pode ser excluído. Indivíduos criados em culturas diferentes aprendem desde a infância – sem jamais se dar conta de que esse aprendizado aconteceu – a descartar um tipo de informação enquanto prestam muita atenção a outros tipos (HALL, 2005b, p. 55).

Diante disso, buscaremos sistematizar as vivências a partir dos tipos as táticas de vínculo, contato, isolamento, deslocamento, adaptação do lugar e as formas de comunicação desenvolvidas para expressar essas táticas, como forma de ocupar, permanecer, atuar no ambiente do telecentro.

67 Nos telecentros de acesso público e gratuito, geralmente não há anteparos que separam as máquinas, mas uma distância regular entre cada máquina. Em nossas explorações em telecentros de acesso público e gratuito em Barcelona (Espanha, 2005-2006) e Curitiba (Paraná, 2006-2007), nenhum possuía algum tipo de anteparo e as cadeiras eram móveis. Estivemos numa *lan house* no shopping Cristal de Curitiba (PR), em outubro de 2007, em que cada computador estava numa cabine de fibra de carbono como se fosse uma pequena nave e a cadeira era fixa no chão, mas com um dispositivo que fazia o assento rodar sobre o eixo de apoio. Esse recurso possibilitava ao internauta “entrar” na “nave espacial”, mas seria impossível arrastar a cadeira e se aproximar de alguém. Já num serviço de internet do Shopping Estação Plaza em que cada máquina está tão próxima uma da outra, que quase os cotovelos dos internautas se tocam. E o internauta navega sempre com a sensação de que seu vizinho está olhando “por onde ele anda” no ciberespaço.

Em nossa pesquisa exploratória em Barcelona⁶⁸ (2005-2006) e Curitiba⁶⁹ (2006), pudemos observar algumas características dos espaços arquitetônicos dos telecentros. No projeto Òmnia, desenvolvido pelo governo catalão em Barcelona, não havia uma determinação *rígida* do espaço arquitetônico do telecentro. Ou seja, cada entidade que acolheu o telecentro adaptava o posicionamento das máquinas ao espaço das salas que tinham disponíveis e a dinâmicas próprias. No telecentro *Servei Solidari*, os computadores foram colocados um de frente para o outro (foto 1).

Temos uma sala grande, inclusive com mais computadores que um telecentro Òmnia padrão, e percebemos ser melhor colocar as máquinas ao centro, para poder colocar as pessoas em contato. Claro que não se obriga as pessoas a fazerem amizade. Algumas vêm aqui com objetivos bem pontuais. Mas, muitas delas vêm aqui e fazem amigos. Eu gosto muito de fazer amigos entre os que freqüentam o

68 Dos 15 telecentros comunitários do Projeto Òmnia em Barcelona, realizei visitas exploratórias, com observação casual dos usuários, levantamento de documentos e entrevistas espontâneas com os dinamizadores em nove deles. Os telecentros visitados foram: Associació per a Joves TEB, em Ciutat Vella (11/11/05); AVV Trinitat Nova, em Nou Barris (14/11/05); ACIDH – Associació Catalana d’Integració i Desenvolupament Humà, em Gràcia (29/11/05); Centre Juvenil Martí Codolar e a Fundació ADSIS, ambos em Horta-Guinardó (01/12/05); Centre Maria Rúbies d’UGT, Punt Òmnia TRIA e o Casal dels Infants del Raval, os três em Ciutat Vella (12/01/06); e o Servei Solidari, também em Ciutat Vella (17/01/06). Esse movimento possibilitou selecionar os três telecentros da investigação qualitativa: TRIA, TEB e Servei Solidari.

69 Na investigação exploratória em Curitiba, entrevistamos os responsáveis pelo Projeto *Farol do Saber*, na Secretaria Municipal de Educação da Prefeitura Municipal e do Instituto Curitiba de Informática. Também conversamos com os responsáveis, na Celepar, pelo projeto *Paranavegar*. Visitamos quatro telecentros: Farol de Praça Aristides Vinholes, no bairro do Xaxim; Farol de Escola Telémaco Borba, no bairro Atuba; Telecentro da Comunidade Vila Real e telecentro da Biblioteca Pública do Paraná, ambos do *Paranavegar*. Entrevistamos nos telecentros cinco usuários (dois do *Paranavegar*, três dos Faróis), um estagiário (Farol A. Vinholes) e um membro de conselho gestor (Vila Real). Descreveremos o projeto *Paranavegar* e o projeto *Faróis do Saber* no segundo capítulo.

telecentro” [Entrevista Cezar González, dinamizador do Ponto Òmnia Servei Solidari, Barcelona, 20/02/06].⁷⁰

O telecentro do *TRIA* (foto 2) tem as máquinas distribuídas no quadrado da sala, de modo que cada internauta, ao usar o computador, fique de frente para a parede. Estrategicamente no centro está a máquina do servidor, ocupada pelo monitor, de cuja posição privilegiada pode observar os sujeitos que estão navegando naquele horário. Já o telecentro *TEB* (foto 3) é constituído por ilhas, caracterizadas para diferentes fins, determinados pelo espaço onde estão localizadas as máquinas: fazer currículos, ler e-mails ou notícias, pesquisar e buscar emprego; ouvir música ou jogar on-line; digitalizar materiais; conversar via programas de mensagens (MSN, chat etc.). Temos aqui três formas distintas de ocupar o espaço, que apontam para uma lógica *mais livre* de organização do *espaço* por cada organização que acolhe o projeto de telecentros em cada localidade.

Foto 1 – *Servei Solidari* (Barcelona)



Fonte: Juciano Lacerda, janeiro 2006.

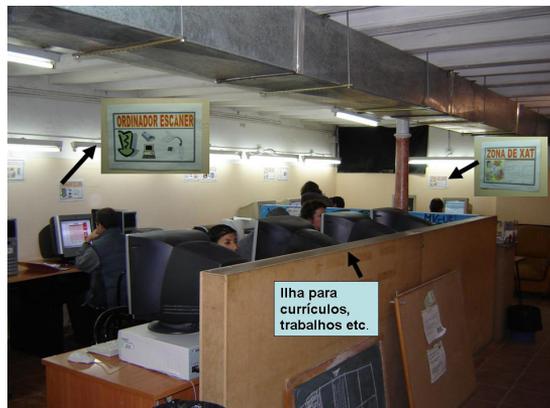
70 Entrevista realizada por Juciano Lacerda.

Foto 2 – Tria (Barcelona)



Fonte: Juciano Lacerda, janeiro 2006.

Foto 3 – TEB (Barcelona)



Fonte: Juciano Lacerda, novembro 2005.

Em nossa observação em Curitiba (2006), registramos imagens em quatro telecentros de dois projetos de inclusão digital: o *Paranavegar*, promovido pelo governo estadual do Paraná, e os *Faróis do Saber*, realizado pela Secretaria de Educação Municipal de Curitiba e pelo Instituto Curitiba de Informática

(ICI). Os telecentros do projeto *Faróis do Saber* têm um modelo arquitetônico pré-definido (Foto 4), não aberto a adaptações, pois há um desenho arquitetônico do próprio edifício do *Farol do Saber* que deve ser seguido.

Se você observar do alto, na verdade, ele é um livro aberto. (...) O farol é uma biblioteca de bairro, integrado com outros serviços que a Prefeitura disponibiliza como creches, escolas... Então a arquitetura do farol é um livro aberto porque é uma biblioteca. Então não foi adaptado nada no farol, o mezanino, em cima, só tinha uma mesa meio oval, que era utilizada pelos usuários e, em alguns locais foi utilizada essa mesma mesa, em outros locais foi comprada a mesa, mesas novas, mas não foi mexido na arquitetura em nada [Entrevista Adalberto Serpa, ICI, Curitiba, 14/09/2006].⁷¹

Em todos os telecentros instalados em faróis, nos bairros de Curitiba, os computadores ficam localizados num mezanino, na parte superior da biblioteca, numa bancada em formato de meia-lua, em que todos os internautas, a exemplo do telecentro TRIA, ficam voltados para a parede formada por janelas de vidro. No Farol Aristides Vinholes (Foto 5), no bairro do Xaxim, havia uma mesa redonda com cadeiras compondo o ambiente, o que possibilitava que outras pessoas, à espera de sua vez para acessar os computadores, pudessem ali aguardar. Nessa mesa, pude conversar com internautas para entrevistas. Já no Farol Telêmaco Borba (Foto 6), no bairro Atuba, a mesa que faz parte da arquitetura fixa, não dispunha de cadeiras e estava disposta num canto da sala. Sobre a mesa estava enrolado um cartaz explicativo do projeto de telecentros do *Farol do Saber* que, segundo as normativas, deveria estar exposto na parede.

71 Entrevista realizada por Juciano Lacerda.

Foto 4 – Arquitetura externa do Farol do Saber – Telêmaco Borba



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Foto 5 – Farol do Saber Aristides Vinholes



Fonte: Juciano Lacerda, novembro 2007.

Foto 6 – Farol Telêmaco Borba



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Na exploração realizada nos telecentros da Biblioteca Pública do Paraná, no centro da cidade, e Vila Real, no bairro Orleans, ambos do projeto *Paranavegar*, do governo do Paraná, observamos que as salas não têm uma arquitetura pré-concebida. São salas convencionais adaptadas para receber computadores, contudo, mantêm a mesma lógica do telecentro TRIA, em Barcelona: as máquinas acompanham as linhas do quadrado da sala e os internautas ficam voltados para as paredes. Na Biblioteca Pública (Foto 7), a mesa do monitor fica mais para o centro da sala. No Vila Real (Foto 8), a mesa do servidor, em que fica a monitora, está localizada num canto da sala. Essas pequenas diferenças poderiam acenar para uma possibilidade de mais dinamismo na apropriação do espaço, uma vez que a configuração não tem uma norma como nos *Faróis do Saber*. Contudo, uma lógica de espaço arquitetônico prevalece: a organização dos computadores não possibilita que as pessoas possam ver-se de frente (tipo o *Servei Solidari*) nem há formação de ilhas constituídas por diferentes modos de uso (ver TEB).

Foto 7 – Biblioteca Pública – Paranavegar



Fonte: Juciano Lacerda, setembro 2006.

Foto 8 – Telecentro Vila Real – Paranavegar



Fonte: Juciano Lacerda, setembro 2006.

Para a compreensão do ambiente midiático-comunicacional do telecentro, é preciso relacionar o espaço arquitetônico, já mencionado, com outro conjunto de aspectos constituintes desse ambiente: aqueles correspondentes à estrutura tecnológica. Aqui, esse conjunto compreende tanto

as condições de acesso aos computadores e internet como o pacote de softwares e hardwares disponíveis.

No projeto *Òmnia*, toda a estrutura de computadores e periféricos é adquirida pelo governo da Catalunha através de licitação. No projeto *Faróis do Saber* e *Paranavegar*, somente os servidores são adquiridos novos. Os terminais são frutos de doação de empresas privadas e autarquias governamentais, como Banco do Brasil ou Caixa Econômica, e passam por uma revisão e manutenção antes de instalados no telecentro. Em Barcelona, há uma disputa entre os dinamizadores na defesa do Windows (código proprietário) ou do Linux (código aberto) como sistema operacional dos *Punto Òmnia*. Como as máquinas estavam em processo de renovação, entre o final de 2005 e o início de 2006, poderiam suportar sem problemas o Windows XP como sistema operacional e de rede. Alguns dinamizadores defendiam a “praticidade” do produto Microsoft e sua grande difusão no mercado. “Depois de conhecer o telecentro, a pessoa sente vontade de comprar um computador. Quando compra, acaba optando por produtos Microsoft”, argumentara um dinamizador. Já Vladimir Olivella García, diretor da *Asociació per a Joves TEB* (organização protagonista do projeto piloto que deu origem ao projeto *Òmnia*), defende como política o uso do Linux e de softwares de código aberto.

A marcação espacial que temos agora tem base numa aposta no código livre, o sistema operativo Linux. Toda essa faixa de computadores da direita funciona com o sistema Linux exclusivamente. Estão conectados em um servidor específico que temos em outra sala [Entrevista Vladimir Olivella García, dinamizador TEB, Barcelona, 22/02/06].⁷²

72 Entrevista realizada por Juciano Lacerda.

Como os terminais dos projetos *Faróis do Saber* e *Paranavegar* não são independentes como as máquinas do Òmnia, a forma encontrada pelos responsáveis de tecnologia para otimizar o desempenho foi o uso da plataforma Linux. A defesa do software livre também faz parte da proposta política de ambos os projetos.

A política de utilização é o software livre, e é uma política não só de utilização, é de viabilização mesmo do programa de inclusão digital do cidadão, através do software livre [Entrevista Eliezer Bitterman, da Celepar, projeto *Paranavegar*, Curitiba, 15/09/06].⁷³

Foi feito um levantamento, um histórico, e constatou-se que a maioria das máquinas Windows estragava mais facilmente. Elas tinham um poder de danificar mais facilmente e, com a passagem pra Linux, nós observamos que essa manutenção já não era tão constante (...) Outra necessidade foi também fazer com que a plataforma fosse software livre. Porque é uma tendência mundial, e como o projeto atende uma boa parcela da população da comunidade, isso ajudaria também não só na divulgação do projeto [Entrevista Adalberto Serpa, ICI, Curitiba, 14/09/2006]

A plataforma Linux e o uso de softwares livres (código aberto) constituíram a estratégica técnica e política⁷⁴ dos dois programas de inclusão

73 Entrevista realizada por Juciano Lacerda.

74 Tal estratégia tecnopolítica foi assumida pelo projeto de telecentros públicos gratuitos de Porto Alegre. Já os centros pertencentes ao Comitê pela Democratização da Informação (CDI) usam plataforma Windows e mantêm um convênio com a *Microsoft* (ver Disponível em: <http://www.cdi.org.br/cdi/opencms/site/regionais/matriz/institucional/parceiro_microsoft.html>).

digital do Paraná.⁷⁵ A saída técnica se justifica no uso de máquinas recon-dicionadas e de baixa performance como terminais de acesso conectadas a um servidor de alto desempenho (Ver Tabela 4).

Tabela 4 - Hardware e periféricos

Hardware	Ômia	Faróis do Saber	Paranavegar
Servidor	Pentium IV HP (Alto desempenho)	Pentium IV Genéricox1 (Alto desempenho)	Pentium IV Genérico (Alto desempenho)
Terminais	8 Pentium IV HP ou Pentium III, com HD e memória independentes	8 Pentium 100 ou 233, no Sistema <i>Thin Client</i> , servidor-estação. Usa HD e memória compartimentada do servidor.	5 Pentium 100 ou 233, no Sistema <i>Thin Client</i> , servidor-estação. Usa HD e memória compartimentada do servidor
Monitores	Catódicos 15" e LCD 15"	Catódicos 15"	Catódicos 15"
Dispositivos (leitor/gravador de CD; disquete; entrada USB)	8 máquinas recentes possuem gravador de CD, entrada de disquete e 2 entradas de USB.	Não possuem. Tudo tem que ser feito via Servidor.	Não possuem. Tudo tem que ser feito via Servidor.
Caixas de som ou entrada para fones	Sim	Não	Não
Impressoras	1 ou 2 (Coloridas e P&B)	1 (colorida e P&B)	1 (colorida e P&B)
Scanner	1	1	1
Link Internet	Banda larga	Banda larga	Banda larga

É o sistema servidor-estação *Thin-Client* ou, literalmente, “cliente magro”,⁷⁶ sendo que a estação usa um compartimento de memória do

75 O mercado hoje já oferece desktops e notebooks com sistema operacional Linux. WEISS, Todd R. **Dell vai vender PCs e notebooks com Linux instalado**. IDG Now!, Computação Corporativa, 29 de março de 2007. Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/computacao_corporativa/2007/03/29/idgnoticia.2007-03-29.130048124/]>.

76 Um thin client (“cliente magro”) é um computador cliente em uma rede de arquitetura cliente-servidor de duas camadas o qual tem poucos ou nenhum aplicativo instalados, de modo que depende primariamente de um servidor central para o processamento de atividades. A

servidor. Os programas estão todos armazenados no servidor, mas alguns modelos de *thin-client* possuem algum tipo de memória ou dispositivos nos terminais. No caso do sistema instalado nos Faróis do Saber e Paranavegar, a dependência do terminal ao servidor é total: se o internauta quer gravar algum conteúdo ou arquivo, este fica gravado num compartimento do servidor referente àquele terminal em uso. Tudo que for copiado: músicas, imagens, arquivos, páginas Web, o internauta, ao final do seu tempo de acesso (1h por dia no Farol; 30 minutos por turno no *Paranavegar*), terá que solicitar ao estagiário, para que ele grave num CD ou disquete. Da mesma forma, o internauta deve passar pelo estagiário para disponibilizar qualquer tipo de arquivo que tenha trazido de casa, do trabalho ou da escola para o terminal de acesso. Na configuração *thin-client* (servidor-estação), configurada para os projetos Faróis do Saber e Paranavegar, o internauta navega na Web, usa um editor de textos, um programa de planilhas, edita slides e imagens (Tabela 5), mas não tem acesso direto a leitor/gravador de CDs, *drive* de disquetes ou *drives* de entrada USB (para mp3 e memórias portáteis). Tudo tem que ser feito com mediação do estagiário de plantão. As entradas para áudio são bloqueadas e não há periféricos de caixas de som conectadas nos terminais. Ou seja, é impossível ouvir uma música, uma entrevista, uma reportagem sonora ou um arquivo *podcast* num terminal.

palavra “thin” se refere a uma pequena imagem de boot que tais clientes tipicamente requerem - talvez não mais do que o necessário para fazer a conexão com a rede e iniciar um navegador web dedicado ou uma conexão de “Área de Trabalho Remota” tais como X11, Citrix ICA ou Microsoft RDP (Fonte: Wikipédia, disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Thin_client>, Acesso em: 15 jan. 2008).

Tabela 5 - Softwares (programas)

Softwares	Ômia	Faróis do Saber	Paranavegar
Sist. Operacional	Windows XP	Linux	Linux
Editor de texto	Word (Microsoft)	Writer (OpenOffice)	Writer (OpenOffice)
Planilha eletrônica	Excel (Microsoft)	Calc (OpenOffice)	Calc (OpenOffice)
Editor de Slides	PowerPoint (Microsoft)	Slides (OpenOffice)	Slides (OpenOffice)
Editor de imagens	Corel Draw (Microsoft)	Draw (OpenOffice)	Draw (OpenOffice)
Jogos	Jogos on line e jogos educativos	Xadrez on line ou joguinhos do Yahoo	Xadrez on line ou joguinhos do Yahoo
Programas de Conversação on line	Similar do MSN com som e fones. E chat.	Similar do MSN, Orkut, somente texto.	Similar do MSN, Orkut, somente texto.
Navegador Web	Explorer e Firefox	Firefox	Firefox
Programa para ouvir CDs ou MP3	Sim.	Não.	Não.

Nesse contexto é possível questionar a generalização da comunicação “todos-todos”, defendida por Pierre Lévy (1999, p. 63), ou a amplitude de “uma indústria caseira da informação e do entretenimento” (NEGROPONTE, 1995, p.23). Tais condições tecnológicas caracterizam o ambiente midiático-comunicacional do telecentro e relativizam determinadas expectativas do tipo “todos serem produtores de conteúdo”, pois tais formulações foram pensadas para ambiências de uso individual do computador e com computadores com um bom desempenho de hardwares e softwares e ótima conectividade. Ao mesmo tempo, não há uma obrigação nem tácita, nem explícita de que todos que tenham essas tecnologias necessariamente têm que ser produtores.⁷⁷ Um dos internautas do

77 Os primeiros fonógrafos tinham a capacidade de registrar, mas dez anos depois essa função já não existia, pois era pouco usada pelas pessoas comuns. Determinadas características de máquinas fotográficas, que possibilitavam produzir fotos mais originais, foram sendo transformadas em automáticas com o passar do tempo, deixando as tecnologias mais detalhadas

Farol do Saber, Aristides Vinholes, tinha expectativas de criar um blog, de produzir conteúdo na internet, mas as condições de produção tecno-informacionais locais desanimaram-no em seu intento.

Eu já tentei algumas vezes, mas só para testar o sistema. Era um blog. (...) Quando me passaram essa informação: você pode montar sua página na internet. (...) Você faz sua página gratuitamente, já tem uma plataforma lá, um sistema, como eles falaram. Eu achei legal e comecei a tentar montar. Um fanzine eletrônico, uma coisa assim. Daí tentei colocar algumas imagens e como não tive acesso ou como colocar imagens, acabei abandonando assim. [J.L., 28 anos, sexo masc., internauta *Farol Aristides Vinholes*, Curitiba, 19/09/06]⁷⁸.

Além dos impedimentos tecnológicos pelo sistema servidor-terminal, o tempo de uso, estabelecido nas regras de uso, também afeta as condições de produção do internauta que se aventura a produzir conteúdo num telecentro.

Porque, comecei a fazer, mas meia hora pra fazer um blog, um flog, um videoblog, é muito pouco tempo pra fazer em meia hora. Não dá, se quer ver outras coisas ali, quando se vê já era. [G. S., 21 anos, sexo masc., internauta *Paranavegar Vila Real*, Curitiba, 18/09/06].

O sistema servidor-estação *thin-client*, configurado nos telecentros dos projetos *Faróis do Saber* e *Paranavegar*, impõe certos “pedágios” na

nas mãos de profissionais. A venda em massa era de câmeras automáticas (PERRIAULT, 1991, p. 184-186).

78 Todas as entrevistas com internautas e gestores dos telecentros do *Farol do Saber* e *Paranavegar* presente neste texto foram realizadas por Juciano Lacerda.

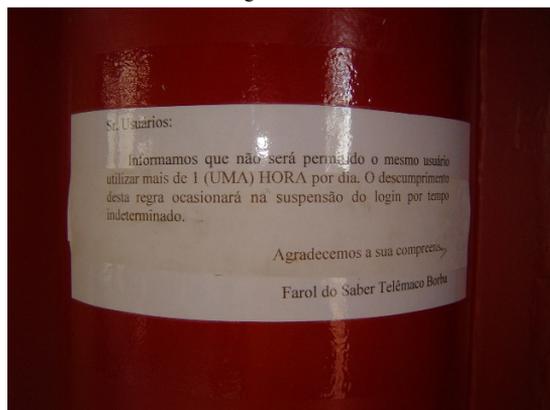
entrada e saída de informações no ciberespaço pelo internauta. O tempo de uso também representa limites de percurso, de trilhas realizadas no espaço digital. O que pode tornar esse percurso mais objetivo, tendo em vista que os interesses do internauta têm que ser negociados em função do tempo de que dispõe. No *Farol do Saber*, o internauta só pode dispor de 1h por dia, como determina o cartaz, na coluna que dá acesso à escada do mezanino (**Foto 9**):

“Sr. Usuários(sic):

Informamos que não será permitido o mesmo usuário utilizar mais de 1 (UMA) HORA por dia. O descumprimento desta regra ocasionará a suspensão do login por tempo indeterminado.

*Agradecemos a sua compreensão,
Farol do Saber Telêmaco Borba”*

Foto 9 – Aviso aos navegantes do Farol Telêmaco Borba



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007

A sanção ao descumprimento da regra é clara: “suspensão do login por tempo indeterminado”. No telecentro *Paranavegar* Vila Real, o tempo estabelecido pelo projeto é de 30 minutos, mas o conselho gestor local

estabeleceu que fossem somente 20 minutos. A marcação do tempo é cerrada.

Ela [a estagiária de plantão] fica contando os minutos ali, faltam 10 minutos, oito minutos. Ah, fica meio chato. Daí, tem horas que ela é legal, mas tem horas que ela também quer ser chata. [G. S., 21 anos, sexo masc., internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 18/09/06].

Teve situação de pessoas ficarem o tempo aqui querendo utilizar, ficar assim quatro horas usando e outras pessoas quererem usar e não poderia. Isso é uma questão que a administração interna, em relação aos usuários, tava com problemas. À noite, não acontecia isso, nem no final de semana, porque a gente tinha uma rigidez no horário. Então a administração do conselho gestor discutiu esse assunto e tomou um posicionamento para colocar uma regra para melhor funcionar [os 20 minutos]. E a partir daí, otimizando, o que está acontecendo é que mais pessoas têm a oportunidade de utilizar. [Erni Benjamin Stein, Conselho Gestor do *Paranavegar* Vila Real, 18/09/06].

A exceção, segundo o membro do comitê gestor entrevistado, é se o internauta veio fazer pesquisa escolar ou preparar um currículo. Nesses casos, pode-se pedir mais um horário seguido. Há ainda a restrição a determinados *espaços* da internet: restringindo o acesso no próprio sistema ou, quando não é possível, a partir de normas de uso, afixadas nos telecentros: a exemplo das páginas “pornográficas” ou ambientes de jogos que não sejam “educativos”. Um tipo de barramento de acesso no próprio sistema é aplicado a determinados tipos de serviços ou palavras-chave.

Ah, acesso a sala de bate-papo assim. Uma vez que nem, tinha o canal #Curitiba# [IRC, um tipo de chat], foi

bloqueado. Ah, era legal, a gente convivia com pessoas diferentes conversava inúmeros assuntos. Tem sites de pesquisas que aqui é bloqueado. Buscapé, aqui é bloqueado. Sites de fã clubes, esses negócios, isso aí é bloqueado aqui. [B. C. S, 17 anos, sexo fem., internauta *Farol Telêmaco Borba*, Curitiba, 19/09/06].

Os aspectos apontados acima sobre determinados desenhos do sistema de rede *thin-client* e as regras de tempo de uso e restrições e normas de acesso apontam, concretamente, para o limite das definições generalistas do ciberespaço (LÉVY, 1999; LEMOS, 2003), demonstrando que não se trata da mera conexão entre servidores (FRAGOSO, 2003), mas de levar em conta as desconexões/descontinuidades entre os distintos núcleos de dados (PISCITELLI, 2005) e as condições locais de acesso e envio dos dados. (FRAGOSO, 2003).

Por não contar com dotações econômicas significativas, os projetos de inclusão digital optam por reciclar computadores antigos na forma de terminais conectados em rede a um servidor potente. Portanto, para garantir a segurança e o desempenho do sistema, nessas condições adversas, desenvolvem restrições a territórios digitais (exemplo do canal IRC Curitiba e site de buscas Buscapé); são limitados tecnologicamente a acessar arquivos de áudio e vídeo; estabelecem tempos mínimos e sanções para garantir o acesso a um maior número de pessoas. Diante desse quadro, *como o internauta vivencia essa tecnosfera concreta dos telecentros do Farol do Saber e Paranavegar? Que significações produz sobre essas “barreiras” de fluxo no espaço digital, de retirar ou incluir dados diretamente no computador durante o seu tempo de atividade, seja para acessar Internet, fazer seus trabalhos do colégio, tentar fazer um currículo etc.? E sobre as temporalidades e interdições técnicas ou normativas, como as significam em sua representação do espaço digital?* Temos, assim, processos de interação entre configurações institucionais e sujeitos internautas que agem no âmbito dessas configurações institucionais segundo jeitos pessoais, táticas (Certeau),

competências, expressões, matrizes, modelos, *habitus* (Bourdieu). *Como realiza o internauta suas atividades e navegações? Como faz para lidar na navegação com essas interdições? Constrói suas próprias trilhas? Como se dá o confronto entre seus desejos de navegar e as condições concretas de navegação? Que significações produz sobre sua comunicação com outras pessoas via ciberespaço, a partir das condições de produção de um telecentro de acesso público gratuito?*

1.10 Ethos midiático digital: mediação digital e cotidiano

Em nosso dia a dia, as jornadas que empreendemos implicam, entre outros, dois tipos de movimento. Movemo-nos pelos distintos espaços midiáticos e, também, para dentro e para fora do espaço das mídias (SILVERSTONE, 2002). Usamos as mídias como pontos de referência, seja como rito de iniciação do dia com o telejornal da manhã ou o jornal impresso diário, seja uma olhada rápida na escalada do noticiário do meio-dia, seja ouvindo música ou notícias no rádio do automóvel durante percursos diversos, seja no horário de intervalo em que acessamos um site informativo ou conferimos os e-mails pessoais, ou quando nos detemos diante do nosso programa preferido, no fim da noite. “Nossa entrada no espaço midiático é, ao mesmo tempo, uma transição do cotidiano para o liminar e uma apropriação do liminar pelo cotidiano. A mídia é do cotidiano e ao mesmo tempo uma alternativa a ele”. (SILVERSTONE, 2002, p. 25).

Os momentos em que nos encontramos no espaço midiático são também uma forma de presença no mundo. Assim como nos movemos pelas distintas espacialidades do cotidiano, também “nos movemos em espaços midiáticos, tanto na realidade como na imaginação, tanto material como simbolicamente”. (SILVERSTONE, 2002, p.25). Em sua abordagem da

midiatização, Sodré qualifica essa presença no espaço midiático como um “novo modo de presença do sujeito no mundo ou, pensando-se na classificação aristotélica das formas de vida, um *bios* específico” (SODRÉ, 2002, p.24). Além da vida contemplativa (*bios theoretikos*), da vida política (*bios politikos*) e da vida do prazer (*bios apolaustikos*), teríamos um novo âmbito onde se desenvolve a existência humana: um quarto *bios*, denominado *bios midiático* (SODRÉ, 2002, p. 25-28). Nesse quarto âmbito existencial, há o predomínio da esfera dos negócios, com a *tecnocultura* como qualificação cultural própria, em que a construção da realidade social passaria necessariamente pela mídia tradicional e pelas novas mídias, baseadas “na interação em tempo real e na possibilidade de criação de espaços artificiais ou virtuais” (SODRÉ, 2002, p. 26). Estaríamos, assim, diante de uma nova condição antropológica: a da *tecnocultura*: sob as lógicas do mercado e das mídias.

É que a *tecnocultura* – essa constituída por mercado e meios de comunicação, a do quarto *bios* – implica uma transformação das formas tradicionais de sociabilização, além de uma nova tecnologia perceptiva e mental. Implica, portanto, um novo tipo de relacionamento do indivíduo com referências concretas ou com o que se tem convencionado designar como verdade, ou seja, uma outra condição antropológica. (SODRÉ, 2002, p.27).

Aqui podemos perceber a diferença entre o conceito de *bio-comunicacional* de Edward T. Hall (2005a; 2005b) e o *bios midiático* de Muniz Sodré (2002; 2006). Sodré põe, no centro da experiência e da existência contemporânea, uma perspectiva cultural ocupada pelo mercado e pela mídia, potencializada pelo digital, enquanto que Hall identifica na trama da existência humana um complexo de matrizes culturais que cada um traz consigo, que modaliza as formas de percepção biológicas do homem

e suas relações de sociabilidade. As mídias teriam que continuar negociando a produção social de sentido com a cultura de cada grupo social, pois ela é uma matriz arraigada na existência de cada um.

Por mais que o ser humano se esforce, é impossível para ele desfazer-se de sua própria cultura, pois ela penetrou até as raízes de seu sistema nervoso e determina como ele percebe o mundo. A maior parte da cultura mantém-se oculta, fora do controle voluntário, compondo a trama da existência humana. Mesmo quando pequenos fragmentos da cultura são elevados ao nível da consciência, eles são de difícil transformação, não só por sua experiência ser tão pessoal, mas *porque as pessoas não têm como agir ou interagir de nenhum modo significativo a não ser através da cultura como meio* [grifos do autor].

O homem e suas extensões constituem um sistema inter-relacionado. É um erro dos maiores agir como se o homem fosse uma coisa, e sua casa ou suas cidades, sua tecnologia ou seu idioma fossem outra coisa. (HALL, 2005b, p. 233).

É preciso então que tenhamos mais atenção aos tipos de extensão e tecnologias que criamos, tendo-as numa perspectiva epistemológica de relação, de interação recursiva, do *homem-no-ambiente* (BATESON, 2006) em que as tecnologias estão incluídas como parte da cultura (ROSZAK, 1988; SCHAFF, 1995; DYSON, 2001; HALL, 2005b). Mesmo assim, há um porém, segundo E. T. Hall, “quando um órgão ou processo se amplia, a evolução se acelera a uma velocidade tal que é possível que a extensão assuma o controle” (2005b, p. 233). Essa evolução é atribuída aos computadores, aos processos informacionais e computacionais que conectam as redes (HALL, 2005b; WIENER, 1984). Lucien Sfez critica esse estar conectado em rede como uma imposição na forma de “tecnologia do espírito”. “Enunciar: ‘Estar conectado ou conectar-se’, expressões comuns

hoje, é fazer referência a essa árvore da vida cujos ramos enviam em todas as direções seus rebentos manifestos” (SFEZ, 1999, p. 122). As maneiras e modos de agir, as ações rotineiras em função de carências e interesses que marcam o *ethos*, segundo Sodré (2006, p.25), estão atravessados pela conexão midiática potencializada pela forma digital de transmissão de dados por cabo e *wireless* (sem fio), ao ponto de um cronista reivindicar o direito de “desplugar-se”:

Você entra em qualquer restaurante a quilo e, para não perder tempo comendo, encontra tomadas por toda parte para, se quiser, ligar o *notebook* e continuar trabalhando. Não será por falta delas que você deixará de participar de uma conferência na hora do almoço com 20 outros executivos, cada qual numa cidade ou, cuíca, país.

Mas, supondo que considere a hora do almoço sagrada e se recuse a trabalhar e mastigar ao mesmo tempo, há sempre o recurso de ligar o iPod e se isolar. Assim, alheio ao mundo exterior, você poderá engolir uma suave salada de faufiletas com breufas e relaxar ouvindo as 948 melhores faixas do Metallica estocadas no aparelhinho plugado à sua orelha.

Bem, não é preciso ser tão radical e cortar as pontes com o mundo. Afinal, existe o celular. Com ele você pode gerar, reproduzir, manipular, receber, transportar, corrigir, salvar, desenvolver, deletar, definir, ampliar, imprimir, personalizar e enviar uma quantidade ilimitada de informações ou imagens inúteis. Pode também fotografar sem querer o próprio tímpano. E pode ainda telefonar para o escritório e se inteirar das últimas que aconteceram desde que você saiu de lá há cinco minutos.

Some a isso os aparelhos de TV ligados neste e em outros restaurantes, botequins, hospitais, academias, bancos, shoppings, elevadores, vans, táxis, aeroportos e aviões.

É um bombardeio de informação, pior do que qualquer blitzkrieg da Segunda Guerra. Nesta, ao menos, podia-se correr para os abrigos.

Há uma nova meta pela qual lutar. Todo ser humano deveria ter direito a xis minutos diários de exclusividade dos próprios sentidos, sem precisar plugá-los a nenhuma geringonça do demônio ou deixá-los ser invadidos e envenenados por imagens e sons que ninguém pediu para existir.⁷⁹

Digital, móvel, sem fio ou a cabo, nos bares, nas ruas, em casa, nos banheiros, em qualquer lugar, “ela [a mídia] se torna uma espécie de suporte da consciência prática na medida em que os fluxos informativos fazem interface, reorganizam ou mesmo inventam rotinas inscritas no espaço-tempo existencial [ethos tradicional]”. (SODRÉ, 2006, p.29).

Para Sodré, o *ethos* é compreendido como *espaço-tempo existencial* destinado à realização ou para a ação humana, como forma organizativa das situações cotidianas ou o conjunto de costumes, hábitos, regras, valores rígidos como uma *segunda natureza* (SODRÉ, 2002, p.45). A inspiração do conceito desenvolvido por Sodré vem de Heráclito e Aristóteles. “Daí, significar também ‘caráter’ e, por derivação, na retórica aristotélica, a imagem moral que o orador construía discursivamente para o público” (SODRÉ, 2002, p. 45). Ekkehard Eggs (2005) desenvolve o *ethos* aristotélico como centro mais importante das três categorias a que deve ser submetido um discurso: *logos, ethos e pathos*, em que duas concepções opostas, mas que não se excluem, compõem o conceito de *ethos*. O primeiro, “de sentido moral e fundado na *epiēikeia*, engloba atitudes e virtudes como *honestidade, benevolência* ou *equidade*; outro, de sentido neutro ou ‘objetivo’ de *héxis*, reúne termos como *hábitos, modos e costumes* ou *caráter*” (EGGS,

79 CASTRO, Ruy. Unplugged. Opinião. **Folha de São Paulo**, São Paulo, sábado, 05 de maio de 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz0505200705.htm>>.

2005, p. 30). Ao desenvolver o conceito de *ethos*, a partir da análise do discurso, Dominique Maingueneau (2005) propõe que ele está ligado à enunciação e não a um saber *extradiscursivo* sobre o enunciador. “O *ethos* se mostra, ele não é dito”, ou seja, “em termos mais pragmáticos, dir-se-ia que o *ethos* se desdobra no registro do ‘mostrado’ e, eventualmente, no do ‘dito’” (MAINGUENEAU, 2005, p. 70-71). Se é *mostrado* e não *dito*, trata-se de ser definido por sua *héxis*, ou seja, por suas *disposições*. É a partir da noção de *héxis* que Pierre Bourdieu desenvolve sua proposição de *habitus*, como uma consciência prática, um conhecimento adquirido, uma disposição incorporada (BOURDIEU, 2004a, p. 61). Trata-se de “disposições *adquiridas pela experiência*, logo, variáveis segundo o lugar e o momento”. (BOURDIEU, 2004b, p.21). O *ethos* se mostra pela ação, que na perspectiva do *habitus* “permite produzir pensamentos e práticas sensatas e regradas sem a intenção de sensatez e sem uma obediência consciente a regras explicitamente colocadas como tal” (BOURDIEU, 2004b, p. 97). Bourdieu o explica com a metáfora do “sentido do jogo”: “é o que permite gerar uma infinidade de ‘lances’ adaptados à infinidade de situações possíveis, que nenhuma regra, por mais complexa que seja, pode prever”. (BOURDIEU, 2004b, p. 21). A noção de *habitus*, de Pierre Bourdieu, é importante para compreender esse processo de *hipocrisia estrutural* que se materializa na ação em conformidade dos agentes sociais com as normas dominantes (as regras do jogo) sem apelar para a consciência. Contudo, como o próprio Bourdieu afirma, é uma *relação estruturada*, mas também *estruturante*, portanto não está dada e acabada (2003).

Desta forma, o *ethos* é “a consciência atuante e objetivada de um grupo social – onde se manifesta a compreensão histórica do sentido da existência – e, portanto, a instância de regulação das identidades” (SODRÉ, 2006, p. 24). Essa proposição valoriza novamente o pensar sobre uma ética da comunicação, mas, paradoxalmente, Sodré nos propõe como *ethos midiático* um *ethos* regido por rotinas específicas, modos de fazer, organizar,

iluminar, obscurecer, representar e prescrever as ações sociais, que está condicionado por leis do mercado e pela lógica do consumo (2006, p.29). Ethos que se contrapõe ou entra em tensão com lógicas (hábitos, modos de fazer e atuar) de outros campos sociais em relação ao que esses campos vislumbram e esperam como eticidade do campo midiático. Diante disso, não se pode privilegiar o conceito de *ethos midiático* – principalmente atrelado a uma lógica em que preponderam as leis de mercado – em detrimento de outras formas de *ethos*, cujas lógicas (costumes, hábitos, regras, valores etc) estão presentes em matrizes culturais ancestrais, saberes e práticas que não se restringem à esfera econômica ou midiática, que inclusive são devedoras dessas fontes em suas produções simbólicas. Por outro lado, mesmo numa perspectiva midiática, o *ethos* tem sua dimensão reduzida por Sodré ao centrar sua proposição nos sistemas midiáticos de mercado, quando as práticas de comunicação comunitária, popular alternativa, constituem também suas próprias *formas de vida*, são alimentadas por um “contexto de efervescência social, no seio de grandes contradições” (PERUZZO, 2004, p.53). É uma comunicação em pequena escala, “mas que se torna expressiva porque está dispersa por todo o País e se multiplica de diferentes maneiras e em diferentes lugares, dentro do Brasil e no mundo”. (PERUZZO, 2004, p.53).⁸⁰

80 No ano em que foi promulgada a Lei de Radiodifusão comunitária, 1998, as estatísticas variavam entre 2 mil e 20 mil rádios funcionando sem licença. Os processos de outorga que tramitaram no Ministério das Comunicações entre 6 de agosto de 1998 e 20 de maio de 2004 apontavam a existência de 2.189 rádios autorizadas, 827 em tramitação, 4.878 projetos de outorga arquivados e 6.112 aguardando o início da tramitação. (LIMA, Venício A. de.; LOPES, Cristiano Aguiar (2007). Rádios comunitárias Coronelismo Eletrônico de novo tipo (1999-2004). [on-line] Observatório da Imprensa/Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), junho de 2007, p.16-17. Arquivo em PDF disponível em: [http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf], acesso em 15/01/2008.)

Consideramos, assim, que não há um poder de sobreposição e anulação das lógicas do *ethos midiático* sobre as demais formas de vida, de *ambiência existencial*: política, conhecimento e afetos. O conceito tem sua validade se voltado para a melhor compreensão de determinados processos midiático-comunicacionais contemporâneos. A passagem da mídia eletrônica, com destaque para a televisão, para a mídia digital, interconectou distintos suportes em que os fluxos informativos passam a fazer parte da tessitura do cotidiano das pessoas (SILVERSTONE, 2002; SODRÉ, 2002). A espacialidade midiática agora se configura como espacialidade digital. Da mesma forma que “a recepção ou consumo dos produtos midiáticos pode ser vista como uma atividade rotineira, integrada em outras que são características da vida cotidiana” (SODRÉ, 2006, p. 29), as atividades de consumo perpassadas pelo digital como forma de racionalidade se integram ao cotidiano midiático tradicional já articulado com a rotina das pessoas. Temos, assim, na ordem do midiático-comunicacional (como uma das esferas importantes, mas não a única, do cotidiano dos grupos sociais), uma consciência atuante e objetivada, estruturada e estruturante, que começa a atuar na forma organizativa das situações cotidianas ou no conjunto de costumes, hábitos, regras, valores da ambiência existencial *em relação com* as tecnologias digitais. Por fim, propomos denominar de *ethos midiático digital* as caracterizações que apontam para transformações ou formas digitais de presença, ação, representação, hábitos, valores que atuam nas condições de produção, recepção e consumo, produto da articulação da *ambiência digital em relação com* o cotidiano midiático tradicional e *com* a vida cotidiana das pessoas em que os telecentros de acesso público gratuito se fazem presentes.

O Brasil completa, em 2008, vinte anos da primeira conexão à internet⁸¹ e já se passaram mais de dez anos (1995) do início da fase comercial da rede mundial de computadores no país.⁸² Ainda em outubro de 1995, Curitiba foi a primeira cidade do Brasil a manter um serviço de conexão pública de acesso gratuito à internet destinada à população: o Farol das Cidades.⁸³ Em 1997, a prefeitura de Curitiba propõe a criação da rede “Digitando o Futuro”, que se concretiza em junho de 2000, inicialmente com 25 locais de acesso, nos *Faróis do Saber*. O projeto *Sampa.org*, na região do Capão Redondo, na cidade de São Paulo, abriu os primeiros seis telecentros em 13 de julho de 2000 (ASSUMPÇÃO, 2001, p. 53). No mesmo ano, o governo estadual paulista deu início ao projeto de inclusão digital *Acessa SP*.⁸⁴ Em 18 de junho de 2001, a prefeitura de São Paulo

81 No ano de 1988, a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) foi responsável pelo primeiro contato do Brasil com a Internet. Ligada à Secretaria Estadual de Ciência e Tecnologia, a Fapesp “realizou a primeira conexão à rede através de uma parceria com o Fermilab [Fermi National Accelerator Laboratory], um dos mais importantes centros de pesquisa científica dos Estados Unidos”. (VIEIRA, 2003, p. 8). A experiência foi seguida pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e pelo Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC), de Petrópolis (RJ). Em 18 de julho de 1989, o recém-criado Instituto de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), também no Rio, tornou-se a primeira instituição fora do ambiente acadêmico a usar a Internet. Para isso, criou o Alternex, um serviço de correio eletrônico e lista de discussão. O governo federal criou em 1992 a Rede Nacional de Pesquisa (RNP) através do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT). A RNP foi responsável pela criação de uma potente infraestrutura de cabos capaz de receber a rede mundial de computadores, ou seja, a “espinha dorsal” (ou backbone) da rede brasileira para receber o link internacional. (Vieira, 2003: 9). A esta espinha dorsal, a RNP conectou as capitais e principais cidades brasileiras com suas universidades, institutos de pesquisa e órgãos governamentais.

82 Somente no ano de 1995, no Brasil, é que a internet começou a ser explorada comercialmente, tendo seu acesso disponibilizado ao usuário final (Vieira, 2003, p. 11).

83 Entrevista com Adalberto Serpa, do Instituto Curitiba de Informática, por Juciano Lacerda, Curitiba, 14/09/2006.

84 Veja em *Acessa São Paulo: O que é o programa Acessa São Paulo?* [http://www.acesasp.sp.gov.br/html/modules/xt_conteudo/index.php?id=1] Acesso em 25/03/07..

inaugura o primeiro telecentro de acesso público gratuito, como projeto piloto, na Cidade Tiradentes.⁸⁵ O primeiro telecentro da cidade de Porto Alegre foi inaugurado em julho de 2001, no Parque Chico Mendes.⁸⁶ O projeto *Paranavegar*, do governo estadual do Paraná, é mais recente, de 2003.⁸⁷

Podemos dizer que são quase sete anos de experiências de políticas públicas para oferta de telecentros de acesso público gratuito. Mas essa experiência enfrenta dois problemas. Primeiro, é difícil contabilizar quantos telecentros existem hoje no país.⁸⁸ E, por conseguinte, pesquisas apontam ainda ser baixa a repercussão em relação aos demais locais de acesso individual à internet. Segundo dados do Centro de Estudos

85 Inclusão Digital – Portal Prefeitura SP – [http://portal.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/participacao_parceria/coordenadorias/inclusao_digital/0001]

86 Veja em PMPA - Telecentros - Os Telecentros – Histórico Disponível em: <[http://www.telecentros.com.br/default.php?p_secao=3]> Acesso em: 25 mar. 2007.

87 Telecentros *Paranavegar* [www.telecentros.pr.gov.br]

88 Aqui nos referimos a telecentros criados através de políticas públicas. Alguns números: o GESAC (Governo Eletrônico – Serviço de Atendimento ao Cidadão) anuncia possuir 3348 espaços públicos para acesso à internet em todo o país. Disponível em: <http://www.idbrasil.gov.br/docs_prog_gesac/pontos_presenca_em_operacao/>. O projeto Acesa SP, do Governo Estadual de S. Paulo, possui 406 Postos (locais públicos para acesso à internet) abertos ou em fase de implantação <http://www.acesasp.sp.gov.br/html/modules/xt_conteudo/index.php?id=1>. O projeto de Telecentros da cidade de São Paulo conta com 158 espaços ativos <<http://www.telecentros.sp.gov.br/index.php?mapas=1>>. O projeto *Paranavegar*, do Governo Estadual do Paraná, conta com 109 telecentros em todo o estado <<http://www3.pr.gov.br/e-parana/atp/telecentro/index.php>>. A prefeitura de Curitiba possui uma rede de 44 telecentros nos *Faróis do Saber* <<http://www.curitiba.org.br/digitando/index1.php?digitando=1>>. A prefeitura de Porto Alegre tem 30 telecentros regularizados, recebendo recursos da Prefeitura para prestarem serviços de acesso à internet e cursos de informática básica gratuitamente <http://www.telecentros.com.br/default.php?p_secao=2>. O Banco do Brasil em parceria com órgãos e administrações públicas e ONGs implantou 1.641 telecentros e salas de informática desde a criação do seu Programa de Inclusão Digital, em 2004 <http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=147815> [dados acessados em 20/04 de 2007].

das TICs (Cetic.br), do Comitê Gestor da Internet Brasileira (CGI.br), 66,68% da população brasileira nunca acessou a internet e 33,32% afirmaram já ter acessado a rede alguma vez na vida. E quem acessou nos últimos três meses corresponde a 27,82% da população do país.⁸⁹ É sobre estes últimos dados (27,82%), que o Cetic faz o levantamento percentual do local de acesso individual à internet. Os telecentros alcançam somente 3,49%, enquanto que o acesso de casa corresponde a 40,04% dos entrevistados; de centro público de acesso pago (*lan house*, cibercafé, etc.), 30,10%; do trabalho (quando diferente de casa), chega a 24,40%; da casa de outra pessoa (amigo, vizinho ou familiar), 16,16%; da escola (ou estabelecimento de ensino), 15,56%; e, por fim, de outros lugares, 1,73%.⁹⁰ Por que, então, investigar processos de comunicação relacionados ao digital e as vivências, representações e imaginações das pessoas, justamente nos ambientes que menos representam, quantitativamente, o acesso à internet? São a materialidade, a concretude das interações entre comunidades de bairro e tecnologias digitais de comunicação que se ofertam claramente como o *lugar* (a *ambiência*) de conexão, de inclusão das comunidades periféricas na “Sociedade da Informação”, a partir de políticas governamentais focadas em “prover acesso individual a computadores e à internet, treinar pessoas nas habilidades referentes ao uso do computador ou auxiliar o desenvolvimento da comunidade” (WARSCHAUER, 2006, p. 111). É significativo, ainda, ressaltar que o *ambiente social de apoio* oferecido nos telecentros comunitários foi importante tanto para a decisão de pessoas

89 TIC Domicílios e Usuários 2006 - C1 - proporção de indivíduos que já acessaram a internet – último acesso Disponível em: <[<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2006/rel-int-02.htm>]>. Acesso em: 10 abr. 2007.

90 TIC Domicílios e Usuários 2006 - C4 - local de acesso individual à internet [<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2006/rel-int-04.htm>] Acesso em 10/04/07.

em vir a comprar um computador como, entre os que já o possuíam, de usá-lo com mais intensidade, como relata Mark Warschauer:

O segundo estudo,⁹¹ baseado em entrevistas em centros comunitários de tecnologia, constatou que o apoio social oferecido nesses centros era crucial em relação à decisão das pessoas de comprar computadores. Em diversos outros casos, ainda que as pessoas já tivessem adquirido computadores, elas ainda não os estavam usando, mas começaram a utilizá-los depois de se envolverem no uso de computadores em um ambiente social de apoio, oferecido pelos centros comunitários de tecnologias locais. (WARSCHAUER, 2006, p. 212).

É aqui que a nossa problematização ganha novos aspectos, pois os usos e apropriações que fazem dos telecentros (assim como de qualquer outro meio de comunicação) não estão desvinculados da *vida cotidiana* e a ela incorporam novos objetos técnicos. É preciso entender, como diz Roger Silverstone, a “mídia como um processo – e reconhecer que o processo é fundamental e eternamente social” (2002, p. 17). Ou seja, há uma historicidade específica dos meios de comunicação, que põe em xeque a simples especulação, pois essa historicidade se dá na vida cotidiana. “O século XX viu o telefone, o cinema, o rádio, a televisão se tornarem objetos de consumo de massa, mas também instrumentos essenciais para a vida cotidiana” (SILVERSTONE, 2002, p. 17). Ao mesmo tempo, compreender o midiático como processo na experiência digital nos telecentros, “implica um reconhecimento de que ele é fundamentalmente político ou talvez, mais estritamente, politicamente econômico” (SILVERSTONE, 2002, p. 17). Portanto, é na “textura da experiência”, no cotidiano, dos

91 O estudo citado por Warschauer é L. Stanley, “Beyond Access”, Occasional Paper 2 (San Diego: UCSC Civic Collaborative, 2001).

telecentros que as políticas de “inclusão digital” orientam os projetos, como tentativa de equilíbrio das “misérias” geradas pela *Sociedade da Informação* (SILVEIRA, 2005), com certas variações, e enunciam sempre um “lugar” prioritário a ser atendido: o *lugar periférico*.⁹²

São consideradas prioritárias para as ações deste Programa as cidades de menor Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) do Paraná. (...)O IDH-M é aplicado para aferir o nível de desenvolvimento humano de municípios. (...)O Programa de Telecentros *Paranavegar* do Governo do Estado do Paraná é uma estratégia de justiça social, usando a inclusão digital como instrumento para o desenvolvimento local e regional, pois as comunidades, adquirindo as habilidades advindas da Tecnologia da Informação, recuperam cidadania e dignidade, melhorando seu conhecimento e renda, incidindo positivamente sobre o IDH municipal.⁹³

Na realidade, foi uma necessidade de inserir mesmo a comunidade no mundo digital, e levar até para as pessoas mais carentes. Os faróis, na verdade, são em regiões mais necessitadas, para pessoas que não têm o acesso à Internet todo dia. Foi feito um projeto pra que se leve o acesso até essas pessoas. Porque a maioria dos faróis é localizada nos bairros, até pra descentralizar essa questão. Nós só temos dois faróis no centro e, o restante, todos os outros 44, se

92 O periférico como diferença e distância do que está no centro ou é central, pode ser compreendido de várias maneiras. Pode ser compreendido na hierarquia das classes das pesquisas sociométricas, na diferença topo-base da pirâmide do consumo de bens, dos salários, do poder aquisitivo. Também na relação entre cidades com maior ou menor desenvolvimento, em que o menor desenvolvimento está relacionado ao acesso a objetos técnicos, às distâncias (MILTON SANTOS, 2002).

93 Tópico “Prioridade” do texto de apresentação do projeto Telecentros *Paranavegar*. Disponível em: <[<http://www.telecentros.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=3>]>. Acesso em: 30 mar. 2007.

localizam em bairros, em regiões bem afastadas até pra que todos tenham esse acesso. [Entrevista com Janice Laurindo, Deise Voi e Mara Vilatore, coordenadoras de estagiários dos *Faróis do Saber*, Secretaria de Educação Municipal de Curitiba, 14/09/06]⁹⁴

A lógica adotada nos programas *Faróis do Saber* e *Paranavegar* é compartilhada por outros projetos de “inclusão digital”. Os telecentros comunitários do Acessa SP são “implantados em parceria com entidades comunitárias, em sua maioria localizadas na periferia da capital”.⁹⁵ Além de viabilizar o acesso da população a serviços públicos via internet, a Prefeitura de Porto Alegre (RS) tem entre os objetivos dos telecentros: “Reduzir os índices de exclusão digital em Porto Alegre; levar conhecimento e educação às comunidades; e capacitar os usuários para o mercado de trabalho”.⁹⁶ O Plano de Inclusão Digital da Prefeitura de São Paulo destaca que “quando foi criada em janeiro de 2001, a Coordenadoria do Portal e Inclusão Digital encontrou as áreas de exclusão social e econômica da cidade fora da rede, com milhões de excluídos digitais”.⁹⁷ O programa da prefeitura de São Paulo tem entre seus objetivos “incluir as pessoas das regiões de maior exclusão, na luta pelos seus direitos e no exercício de seus saberes coletivos, na busca de suas necessidades e no desenvolvimento de habilidades e competências necessárias ao cotidiano

94 Entrevista realizada por Juciano Lacerda.

95 Confira em *Acessa São Paulo: O que é o programa Acessa São Paulo?* [http://www.acessasp.sp.gov.br/html/modules/xt_conteudo/index.php?id=1] Acesso em 25/03/07.

96 PMPA – Telecentros – Os Telecentros – O que é?. Disponível em: <http://www.telecentros.com.br/default.php?p_secao=2].>. Acesso em: 25 mar. 2007.

97 Inclusão Digital – Coordenadoria de Inclusão Digital da Prefeitura de S. Paulo. Disponível em: <[http://portal.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/participacao_parceria/coordenadorias/inclusao_digital/0001]>. Acesso em: 25 mar. 2007.

em constante transformação”.⁹⁸ O discurso do *periférico* em suas estruturas enunciativas como os critérios de “área de risco” produzem uma *representação* negativa do cotidiano do bairro, lugar onde está situado o telecentro, mas são incorporados pelos gestores locais na ânsia por um mínimo de políticas públicas.

E a idéia básica nossa aqui é que nós somos uma comunidade que estamos em área de risco, “em alerta”, num critério do IBGE, do jovem. Na área de alerta de intervenções que os poderes públicos devem fazer, sabe. Alerta de segurança, de inclusão das pessoas que estão em situação de exclusão. Então, nós idealizamos por causa disso, por ser uma forma de pegar esses jovens, essa juventude da comunidade, além das pessoas que não estavam incluídas ainda, sejam idosos, jovens, pessoas da comunidade desempregada. [Entrevista Erni Benjamin Stein, Comitê gestor *Paranavegar* Vila Real, 18/09/07]

Nos objetivos da Prefeitura de São Paulo, há um destaque tanto para o *cotidiano* como sua *transformação*, com possibilidades de *satisfazer* necessidades e *desenvolver* habilidades e competências. Na proposta de Porto Alegre, temos um movimento do centro para a periferia: *levar* conhecimento e educação e, ao mesmo tempo, *capacitar* para o mercado. É o objetivo de combater a “exclusão digital” através da mudança pelo acesso à velocidade digital, pois o resultado dessa exclusão seria “o analfabetismo digital, a pobreza e a lentidão comunicativa” (SILVEIRA, 2005, p. 18). Para Silveira,

98 Inclusão Digital – Coordenadoria de Inclusão Digital da Prefeitura de S. Paulo. Disponível em: <[http://portal.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/participacao_parceria/coordenadorias/inclusao_digital/0001]>. Acesso em: 25 mar. 2007.

a exclusão digital impede que se reduza a exclusão social, uma vez que as principais atividades econômicas, governamentais e boa parte da produção cultural da sociedade vão migrando para a rede, sendo praticadas e divulgadas por meio da comunicação informacional. Estar fora da rede é ficar fora dos principais fluxos de informação. Desconhecer seus procedimentos básicos é amargar a nova ignorância (SILVEIRA, 2005, p. 18).

Se partirmos da noção de *cotidiano* como tempo-espaço em que se dão ações de ordem técnica, formal e simbólica (SANTOS, 2002, p. 82); e que o agir simbólico, lugar das formas culturais de apropriação é marcado pelo tempo social e cultural, e não somente pelo tempo da técnica, valorizaremos mais a “força dos lentos” e as formas como “escapam ao totalitarismo da racionalidade” (SANTOS, 2002, p. 82). Em seu cotidiano relacionado ao telecentro, o internauta que navega ali busca estabelecer seu próprio ritmo a partir de suas temporalidades, seus objetivos e limites (que podem ser distintos até de outros familiares) ou mesmo negociar suas práticas de consumo de tecnologias.

Então você tira uma meia-hora para usar a internet. É uma coisa específica, não é ir à internet quando quer. Você marca primeiro e depois vai, tem que coincidir com o seu ritmo [A. B., 19 anos, sexo fem., internauta *Paranavegar* Biblioteca Pública, 18/09/06].

Eu venho fazer pesquisa mesmo. O que o pessoal gosta, eu não curto muito que é ficar em bate-papo. Minha irmã, meu pai são viciados em ficar em bate-papo. Eu não tenho paciência de ficar no computador [K. V., 25 anos, sexo masc., internauta Farol Aristides Vinholes, 19/09/06].

Que nem eu, faço curso, tudo, mas não tenho computador ainda, porque não adianta tu comprar um computador e daí ficar lá pagando o computador e não saber mexer nele. Então, eu preferi fazer o curso primeiro pra depois poder comprar um computador pra mim, colocar internet e tudo [G. S., 21 anos, sexo masc., internauta *Paranavegar* Vila Real, 18/09/06].

Confrontemos essas vivências e percepções do cotidiano com as proposições de Sérgio Amadeu da Silveira e com os objetivos dos programas de telecentro citados acima. Por mais bem intencionados que sejam os propósitos dos telecentros, quando se fala em “levar conhecimento” ou “capacitar para o mercado” há de se notar que guardam certo *revival* do funcionalismo, na lógica da Sociedade da Informação. Também se corre o risco, quando se fala em “estar fora dos principais fluxos de informação” ou “amargar a nova ignorância”, de cair numa *teoria crítica* às avessas. Isso porque o “esclarecimento” ou a “emancipação” não estariam mais na possibilidade de “uma nova arte da responsabilidade moral” (ADORNO, 1987, p. 293) ou na argumentação com base em uma ética do entendimento mútuo da “ação comunicativa” (HABERMAS, 2003, p.165), pois se parece crer que a condição para se alcançar a *Aufklärung* (*esclarecimento*) é ter acesso ou estar conectado na nova racionalidade: a Sociedade Informacional. Mudam as tecnologias de comunicação, mas ainda permanecem fundidas duas lógicas que marcaram o pensamento comunicacional: uma epistemologia “condutista” e outra de caráter “iluminista” (MARTÍN-BARBERO, 1995).⁹⁹

99 “A concepção condutista, ocultando-se, estava perversamente fundida com outra epistemologia, a iluminista, segundo a qual o processo de educação, desde o século XIX, era concebido como um processo de transmissão do conhecimento para quem não conhece. O receptor era

Ao problematizar aqui os processos de *midiatização digital*, na descrição e reflexão sobre as mudanças ocorridas no cotidiano dos internautas, a partir da “textura da experiência” dos telecentros do Projeto *Paranavegar e Faróis do Saber*, temos consciência das temporalidades (históricas) dos objetos técnicos, em aceleração, e das práticas socioculturais, lentas. Pois, como argumenta Roger Silverstone:

Grande parte do debate atual baseia-se numa noção da velocidade dessas diversas mudanças e desenvolvimentos, mas confunde a velocidade da mudança tecnológica ou, realmente, da mudança da mercadoria com a velocidade da mudança social e cultural. Há uma tensão constante entre o tecnológico, o industrial e o social, tensão que deve ser levada em conta se queremos reconhecer a mídia como, de fato, um processo de mediação (SILVERSTONE, 2002, p. 18).

As estatísticas não conseguem dar conta dessas mudanças, pois não há uma relação direta, de causa e efeito, entre as mudanças tecnológicas e as mudanças socioculturais, mas apontam sintomas. Com foco no uso domiciliar¹⁰⁰ da internet, o Ibope/NetRatings afirma que os internautas brasileiros consolidaram sua posição como os que “mais navegam no mundo”, permanecendo oito meses em 2006 no topo do ranking. Os brasileiros fecharam uma média anual de 21h e 30 min de uso da Web, enquanto

‘tábua rasa’, apenas um recipiente vazio para depositar os conhecimentos originados, ou produzidos, em outro lugar” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p.41).

100 É preciso deixar claro que as lógicas do uso privado domiciliar ou no local de trabalho não podem ser aplicadas diretamente às práticas dos internautas em telecentros de acesso público e gratuito. Há convergências, mas são ambiências distintas. Como vimos na primeira parte, o espaço é compartilhado, há limites de tempo de uso, determinação de normas e, em relação aos objetos técnicos, há dificuldades para se baixar sons e imagens como também para armazená-las.

EUA, França e Japão ficaram na média de 18h acessando a rede, em casa.¹⁰¹ Em 2005, segundo o Ibope/NetRatings, o Brasil também liderou o número de horas de navegação, com destaque para o uso de comunidades do *orkut* e comunicadores como MSN (*messenger*), e grande parte do tempo dedicada também a baixar músicas (mp3) e imagens (mp4) da internet.¹⁰² No uso domiciliar, segundo o Ibope, haveria duas hipóteses: uso da internet no Brasil ainda concentrado em quem tem maior poder aquisitivo e já é grande consumidor de outras mídias (jornais, revistas, TV por assinatura) acima da média. A segunda alternativa seria o fato de que os povos latinos tendem a ser mais comunicativos que os anglo-saxões, o que levaria a um uso acentuado de ferramentas de contato (mensagens instantâneas, e-mail, sites de comunidades).¹⁰³ Se pensarmos os hábitos dos internautas em termos de *performance* e *desempenho*, que são cobrados pelo mercado informacional, várias dessas horas de consumo da internet poderiam até ser classificadas como “improdutivas”, como relata pesquisa realizada no Reino Unido: “buscas inúteis na internet custam 2 dias de trabalho por mês”.¹⁰⁴ *Mas o que seria tachado como “improdutivo” pelo sis-*

101 IBOPE//NetRatings divulga dados sobre o uso crescente da Internet. Notícias, 28/03/07. Disponível em: <[<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=Not%EDcias&docid=1946DA4AAACE3A77B832572AB007278D0>]> Acesso em: 12 abr. 2007.

102 *Brasil bate recordes na Internet*. Jornal Último Segundo, 02/01/2006 . Disponível em: < [<http://ultimosegundo.ig.com.br/>]>. Acesso em 02 jan.2006].

103 IBOPE//NetRatings divulga dados sobre o uso crescente da Internet. Notícias, 28/03/07.

104 “Uma pesquisa realizada no Reino Unido indica que trabalhadores britânicos desperdiçam em média dois dias de trabalho por mês com buscas inúteis na internet. A pesquisa da instituição YouGov diz também que 70% dos 34 milhões de internautas do país perdem quase um terço do seu tempo on-line em buscas que não têm objetivo definido.” *Buscas inúteis na internet custam 2 dias de trabalho por mês, diz pesquisa*. Notícias BBC Brasil, Universo On-Line (UOL),10/04/2007 . Disponível em: < [<http://noticias.uol.com.br/bbc/2007/04/10/ult36u45797.jhtm>]> Acesso em: 10 abr. 2007.

tema informacional teria essa significação para o internauta em suas práticas cotidianas? Parece que vemos se repetir com as mídias digitais o mesmo descompasso daqueles que decidem as políticas sobre as demandas socio-culturais, em relação às políticas nacionais de comunicação dos anos 1970, como avaliara Jesús Martín-Barbero.

Minha posição a esse respeito é que houve o fracasso [...] das políticas nacionais de comunicação, nos anos 70, que não levou em conta os diferentes modos de ver, de ler, de escutar. Essas políticas foram pensadas por ilustrados de muito boa vontade, por investigadores de comunicação, comprometidos politicamente, da vanguarda da crítica social, pessoalmente esplêndidos, entregues às suas causas, mas pensavam que eles e os políticos podiam legislar sobre o que era necessidade do povo, quais eram a televisão e o rádio que as pessoas precisavam. (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 53).

As mudanças na cultura midiática apontam para um consumo cotidiano em termos de “escrever, ler e estudar na rede” (PISCITELLI, 2005). Poderíamos ainda acrescentar, como ressalta Martín-Barbero, modos de *ver* e *escutar* na rede, uma vez que a internet não comporta somente recursos da cultura letrada tradicional, mas imagens, grafismos, design, vídeo e áudio. Partindo da compreensão de que a vida cotidiana “é o lugar em que os atores sociais se fazem visíveis do trabalho ao sonho, da ciência ao jogo” e mais que um *lugar de reprodução de sentido* é um *lugar de produção de sentidos* (MARTÍN-BARBERO, 1995, p.59-60), a partir das entrevistas em profundidade queremos investigar *que mudanças ocorrem no cotidiano do internauta que acessa os telecentros comunitários?* a) *Em termos de competências e habilidades pessoais;* b) *em termos culturais e cognitivos;* c) *em suas práticas sociais e políticas. Por fim, em que são significativas, para ele, essas mudanças?*

Embora haja limitações em realizar inferências sobre estatísticas de usos realizados em relação a mudanças ocorridas nas práticas cotidianas, para esta problematização tínhamos como estratégia tratar informações estatísticas de uso e outros dados coletados na pesquisa exploratória realizada nos *Faróis do Saber* (2006) e telecentros *Paranavegar* (2006). Nos projetos *Faróis do Saber* e *Paranavegar*, os estagiários têm que registrar que tipo de uso vai fazer o internauta durante o tempo que lhe ficou reservado. O *Paranavegar* estava em transição de sistemas. Alguns telecentros ainda marcavam os usos numa planilha de dados. O novo sistema é um banco de dados em rede que, ao integrar todos os telecentros da rede *Paranavegar*, poderá gerar estatísticas automaticamente. Em Barcelona (2005-2006), nos telecentros do *Projeto Òmnia*, o próprio internauta selecionava na tela inicial do sistema, ao introduzir sua senha e login pessoais, o tipo de uso, só que de modo mais simplificado (ver tabela 6). O problema é que o *Projeto Òmnia* somente gerava estatísticas sobre total de acessos, gênero, faixa etária, origem (comunitária, extracomunitária, ciganos), instituições de origem e atividades realizadas, mas segundo o âmbito de atuação do projeto, portanto, generalista: formação (36%); uso comunitário (30%) e inserção no mercado de trabalho (34%).¹⁰⁵

105 GENERALITAT DE CATALUNYA. (2004) Catalunya comunitat i civismo: projecte Òmnia. Barcelona: Departament de Benestar i Família.

Tabela 6 - Tipos/Interesses de uso

Puntos Ômia	Faróis do Saber	Paranavegar	
Atividade:	Atividade:	Banco de dados	Formulário de planilha
A) Disposição livre	E-mail	E-mail	Lazer (bate-papo/ jogos)
B) Projetos	Lazer	Pesquisa Escolar	E-mail
C) Cursos de informática	Digitação	Busca de emprego (Currículo / Concurso)	Trabalho Escolar
A) Disposição livre:	Pesquisa	Serviços Públicos	Pesquisa de Emprego
A1 - Internet	Emprego/Currículo	Lazer (bate-papo / jogos)	Envio de Currículo
A2 - Treball (trabalho)	Impressão	Negócio (compra / venda / pagamentos)	Inscrição em Concurso
A3 - CV (currículo)	Scanner	Outros	Inscrição em Vestibular
	Xadrez		Acesso a serviço público
	Treinamento		Compra / venda / pagamento
	Estagiário		Outras consultas e buscas
	Micro com problema		

Como os tipos de uso eram mais detalhados nos *Faróis* e *Paranavegar*, era possível haver estatísticas, mas quando realizamos um trabalho de campo, envolvendo práticas sociais, sempre há espaço para surpresas.¹⁰⁶ O que prevíamos ser uma exceção, constatada na pesquisa exploratória em Barcelona: ter um tipo de registro, mas não fazer estatísticas com ele, repetiu-se em Curitiba. Os dois projetos têm mecanismos de registrar formas/tipos de uso (via estagiário), mas não geram estatísticas a este respeito. No projeto *Paranavegar*, as planilhas não são contabilizadas e o

106 “É crucial também que a práxis operativa, o trabalho de campo seja valorizado nesse mesmo nível; a produção de pensamentos a partir da pesquisa não pode ser feita por controle remoto; é a invenção de táticas para resolver a realização de uma estratégia de pesquisa uma das fontes essenciais de novos saberes.” (MALDONADO DE LA TORRE, 2000, p. 8).

sistema *on-line* de banco de dados ainda não estava funcionando em rede, na época (setembro 2006). Nenhum dos 17 itens do relatório gerado pelo ICI para a Secretaria Municipal de Educação de Curitiba, sobre a internet nos *Faróis do Saber*, aborda esses critérios.¹⁰⁷ De tal forma, que até mesmo o estagiário pode tomá-los como parte da tecno-burocracia, não lhes dando muito crédito, confiando mais em seus próprios métodos de aferição. Foi o caso de um dos estagiários do telecentro *Farol do Saber* Telêmanco Borba, no bairro Atuba, que disse colocar sempre “digitação” ou “pesquisa” na atividade que a pessoa vai fazer no computador. “A maioria que vem a gente olha e percebe que é digitação ou pesquisa”, ratifica a entrevistada.¹⁰⁸ Naquele exato momento, no diário de campo, constava que três adolescentes estavam acessando a internet: uma garota navegava no orkut, outra conversava no *Meebo* (tipo de MSN) e um garoto navegava no site da novela *Cristal* da Band. E as categorias “pesquisar” e “digitar” são tão amplas que não dizem muito das práticas dos internautas.

Para cumprir essa estratégia da investigação, buscamos, num movimento tático, estabelecer relações com pesquisas de organismos reconhecidos nacionalmente, que envolvem também internautas de telecentros de acesso público pago e gratuito. Especificamente, a *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Acesso à Internet e Posse de Telefone Móvel Celular para uso Pessoal* (IBGE, 2005), a *Pesquisa TIC Domicílios 2006 – Indicadores de Internet no Brasil e Tendências de Posse e Uso de Tecnologias da Informação* (CGIBR, 2006), e a pesquisa *Ponline 2006* – pesquisa on-line

107 ICI/SME DE CURITIBA. *Estatísticas de uso da Internet Pública e do Sistema de Bibliotecas nos Faróis do Saber*. (mimeo) Curitiba, maio de 2006.

108 Entrevista realizada por Juciano Lacerda, no Farol Telêmanco Borba, Curitiba, em 19/09/06.

realizada, em agosto de 2006, nos postos e telecentros do projeto Acesso SP.¹⁰⁹

A pesquisa TIC Domicílios 2006 (CGIBR) registrou que dos respondentes que nunca usaram a internet, 66,68% da população brasileira, a falta do computador como motivo para não acessar a rede caiu cerca de 5% em relação a 2005. Para os pesquisadores do CGIBR, isso corresponde a ampliação do acesso à internet em locais públicos. Segundo a pesquisa, o aumento se daria mais em *lan houses* e *cibercafés*. A mesma pesquisa destaca que dentre as que já usaram computador alguma vez na vida, 40,1% obtiveram habilidade de usar computadores em cursos de informática. E entre as que nunca fizeram curso de informática, mas tiveram contato com o computador de outra forma, 38,54% não fizeram cursos por causa do custo (principalmente entre os mais pobres e com menor escolaridade) ou por falta de tempo (30,91%). Uma vez que há cursos formais, no *Paranavegar*, e o estagiário tem incumbência de ensinar os primeiros passos a um novo internauta, nos *Faróis*, estes ambientes são propícios, no contexto atual, a produzir essa mudança de comportamento cultural: *a introdução da internet nas práticas cotidianas do sujeito morador da periferia de Curitiba*.

Seja um internauta que pela primeira vez usa um computador, seja um que aprendeu em outro lugar e passa a usar o telecentro, há um aspecto interessante: a mudança de sistema operacional do código fechado para o aberto, do *Windows* (comum em *lan houses*) para o *Linux*. Nos telecentros em que realizamos nossa investigação, todas as máquinas são Linux. Um dos entrevistados chegou a fazer a formação para ser monitor, mas acabou não sendo selecionado. Contudo, ficou familiarizado com o sistema, não sendo mais algo estranho em seu cotidiano.

109 A Ponline é uma pesquisa on line anual realizada pelo Lidec (Laboratório de Inclusão Digital e Educação Comunitária) da Escola do Futuro/USP. Em 2006, foram 8113 participantes. Disponível em: < [http://www.acesasp.sp.gov.br/ponline/] >.

Ah, porque agora no futuro tá saindo um pouco o Windows, e tá entrando mais o Linux, porque o Windows é pago e o Linux não, daí fica mais arrendável pro pessoal comprar aí, mais barato. O meu “computador para todos” é com o Linux que tá sendo usado. Então, o software é mais barato, né? O programa [G. S., 21 anos, sexo masc., internauta *Paranavegar* Vila Real, 18/09/07].

A frequência no cotidiano dos internautas do contato com softwares de código aberto, em detrimento dos de código fechado, nos telecentros, caracterizaria uma nova habilidade, cuja competência se configuraria como uma mudança política em seu cotidiano? Como significam essa mudança em seu cotidiano?

A pesquisa *Ponline 2006*, realizada por pesquisadores do Lidec/USP com internautas dos telecentros do projeto *Acessa SP*, destaca algumas questões relativas a transformações no cotidiano das pessoas a partir das experiências com a internet.¹¹⁰ A perspectiva de melhorar capacidades profissionais (“*A internet melhorou meu desempenho profissional?*”) alcançou uma média 7,4 (39%, deram nota 10; 10,8%, 9; 12,4%, 8, mas 8,6% atribuíram nota “0”). Menor foi a média relacionada a conseguir novas oportunidades de trabalho pela internet: nota 6,0 (26,1% atribuíram 10, mas o “0” chegou a 19,3%). Mas a maior facilidade em aprender, depois da internet, conseguiu uma média 8,0 (44,1% atribuíram nota 10 e apenas 4,4%, nota “0”, sendo que a nota 9 recebeu 11,8% e a nota 8, 13,6%). Na pesquisa, o tópico “eu me divirto muito pela Internet” obteve uma média 8,7 (61,9% deram nota 10; somente 2,2% atribuíram “0”; as notas 9 e 8 receberam 9% de adesão cada). Com esses dados, percebemos que não há uma relação causa-e-efeito

110 Neste aspecto da pesquisa, as questões eram respondidas em uma escala, que o internauta deveria atribuir um valor de 0 a 10. Cada questão traz uma média entre as maiores e menores notas atribuídas pelos entrevistados.

da presença da internet no cotidiano das pessoas, mas uma série de possíveis micro-contextos que operam nas significações das práticas profissionais, dos aprendizados e das perspectivas sobre trabalho. Podendo, inclusive, as demandas lúdicas por *diversão* superarem um pouco as demandas que os projetos de telecentros caracterizam como instrumentais: aprendizado, inserção no mercado de trabalho, ampliação das capacidades profissionais. É preciso ressaltar que 38% dos respondentes do questionário estavam na faixa entre 15 e 19 anos e 14%, na faixa etária entre 11 e 14, portanto, 52% dos participantes eram adolescentes e pré-adolescentes, e as demandas lúdicas consomem parte de seu cotidiano. Um dos entrevistados, já na faixa dos 21 anos, ainda preserva essas práticas lúdicas, principalmente relacionadas ao telecentro como lugar de encontrar amigos, *on-line* ou *off-line*.

Ah, mudou um pouco, porque antes eu pegava e chegava em casa e, em vez de, tipo, de estudar, não... Eu chegava trocava de roupa e ficava deitado, ficava assistindo Vale a Pena Ver de Novo, sabe? E daí, como aqui eu posso ficar mexendo na internet, podendo falar com o pessoal de fora daqui, de qualquer lugar, né? Eu venho falar com o pessoal aqui, venho aqui, venho e encontro vários amigos que nem você tá vendo agora aí, tem bastante amigos aí [G. S., 21 anos, sexo masc., internauta *Paranavegar* Vila Real, 18/09/07].

Mas o G. S. que deixava os estudos para ver novela, depois trocou a novela para mexer na internet e conversar *on-line* com amigos, é o mesmo que está se aperfeiçoando em Linux e outros softwares de código aberto. Um morador da Cidade Tiradentes,¹¹¹ na cidade de São Paulo, iniciou-se

111 CASSINO, João. Linux do espaço. In: COORDENADORIA DO GOVERNO ELETRÔNICO DA PREFEITURA DE SÃO PAULO. **Toda esta gente**: nos telecentros de São Paulo, pessoas simples descobrem o computador e revelam a vida nos bairros pobres da cidade. Coordenadoria do Governo Eletrônico: São Paulo, 2003, p. 35-43.

ainda criança no uso do *paintbrush* na escola, aos 12 anos se interessou por *hardware* e *software*, mas ficou sem contato com computadores por dois anos, até ser criado o telecentro local, o piloto do projeto. No Telecentro Cidade Tiradentes, tomou contato com a internet, aprendeu a desenvolver páginas Web em linguagem *html*,¹¹² até chegar a desenvolver seus dois primeiros jogos de computador, um deles chamado “Linux do espaço”. Foi da prática do lúdico à produção do lúdico. Já outro internauta que entrevistamos, no *Farol do Saber*, Aristides Vinholes fazia tempos que não voltava ao telecentro, tendo retornado por incentivo de sua namorada.

Eu vim pouco, muito pouco. Poucas vezes eu vim na verdade, umas duas vezes, depois mudei de cidade. E agora estou voltando, por causa de trabalhos de colégio da minha namorada. Ela veio fazer pesquisa sobre o tema de doenças. [Entrevista K. V., 25 anos, sexo masc., internauta *Farol Aristides Vinholes*, 19/09/06]

Essas diferentes situações nos fazem pensar em como os micro-contextos operam significativamente sobre as mudanças do cotidiano, materializadas nas competências e habilidades pessoais; nas práticas culturais, cognitivas, sociais e políticas dos internautas, em relação ao uso das tecnologias digitais de comunicação no ambiente dos telecentros.

1.11 Mídiação digital e transformações da cultura midiática dos internautas

Uma das transformações na cultura midiática das pessoas que tiveram acesso ao advento das mídias digitais é a possibilidade de passar de

112 Hipertext Markup Language.

receptor a produtor de mensagens, de textos, de audiovisuais, de comunicação. Se ficarmos nas generalidades das possibilidades ofertadas pelos novos objetos tecno-informacionais, afirmaremos que estamos na era da comunicação “todos-todos”, em rede, e caminhando para o fim da perspectiva “um-todos” da mídia tradicional, ideais defendidos por Pierre Lévy (1999) e Nicholas Negroponte (1995). Com a tecnologia hipertextual digital, não-linear, outra perspectiva bastante defendida da *atividade* do receptor se desenha na possibilidade de ele escolher suas próprias trilhas, entre as distintas ofertas de conexões, de links (SEIXAS, 2003; LÉVY, 1999; LANDOW, 1995; JOHNSON, 2001). Para Lia Seixas, as conexões internas, que no texto tradicional eram *determinadas* pelo autor, com o hipertexto ganham um caráter de *sugestão*, “já que há uma série de escolhas possíveis para o leitor (usuário)” (SEIXAS, 2003, p. 89).¹¹³ É preciso sair da generalidade do *potencial* dos objetos tecno-informacionais, para as práticas efetivas sobre esses dispositivos que só podem ser observadas em sua particularidade, em detalhe, enfim, atentando aos *pormenores* (BACHELARD, 2006). Assim, saímos do absoluto das generalizações para enfrentar a *complexidade* do *emaranhado* de *matizes* do cotidiano (MORIN, 2005, p.14). Abordaremos pensamentos atentos a

113 A autora trata dos textos jornalísticos desenvolvidos na Web. Contudo, para nós, tratar-se-ia de “sugestão” se o repórter conseguisse construir um hipertexto com todas as versões possíveis de um acontecimento e o veiculasse na internet, uma vez que o ciberespaço tem uma memória expandida e estendida superior a uma edição diária de jornal. Mas o que vemos nos jornais são repetições do que foi publicado no modo impresso ou uma forma reduzida dessas notícias, inclusive com muitas imprecisões (MORETZSOHN, 2002; SILVA JR., 2003; SOSTER, 2004). Portanto, a complexidade não-linear resulta das interações entre produção-reconhecimento, ou seja, na circulação do sentido (VERÓN, 2005, p.265). Afinal, qual a diferença entre uma edição *limitada* na Web e uma versão impressa do periódico? O leitor não é obrigado a ler um jornal seguindo, linearmente, página por página. O sumário de um livro ou a primeira página de um jornal são dispositivos justamente que estabelecem um *pacto* de “saltar” sobre conteúdos.

esses matizes relacionando-os com alguns dados da pesquisa exploratória nos telecentros de Curitiba (2006).

As diferentes condições de acesso e mobilidade no ciberespaço são dois dos aspectos que relativizam as condições de produção “todos-todos” na era da mídia pós-digital. Abordamos, na primeira parte desta problematização, ao tratar das espacialidades físicas, digitais e pessoais, que a configuração tecnológica dos telecentros do *Paranavegar* e *Faróis do Saber* (formato servidor-estação ou *thin-client*) representa barreira para se publicar páginas Web, imagens e arquivos de texto, vídeo ou áudio na internet pelos internautas locais. As políticas estabelecidas pelos gestores de projeto de telecentros também podem ser um limitador ou impulsionar a perspectiva de produção local de conteúdos. Os gestores do *Paranavegar* admitem que a produção local de conteúdos por qualquer internauta é uma das metas do projeto, mas ainda estão na primeira fase: dar acesso e formar habilidades.

Porque se você for ver a inclusão digital, a inclusão social do cidadão nesse ponto de jogar informação na internet, ela passa por várias etapas. Começando pela inclusão digital, começa pela alfabetização digital. A alfabetização digital do cidadão é ele chegar, conhecer o computador, ter a oportunidade de mexer no computador como um leigo e uma pessoa auxiliando ele. A pessoa nunca usou um computador, não sabe mexer num mouse, não sabe pra que serve o computador... Então é muito difícil de se chegar pra esse cidadão que não sabe nem pra que serve o computador e dizer agora eu quero que você jogue e disponibilize um conteúdo na internet pra que o mundo todo possa ver... O cara não sabe, nem nunca viu um computador. Então a primeira fase passa por jogar joguinho, conversar pelas ferramentas de bate-papo, aprender a mexer com a suíte *Open Office*, começar a criar intimidade com o computador [Entrevista com Eliezer Bitterman, da Celepar, projeto *Paranavegar*, Curitiba, 15/09/06].

Embora as políticas de acesso predominem, há projetos que dão abertura à produção, mas dependem mais do tipo de entidade que faz a gestão do telecentro e das dinâmicas locais. No projeto *Òmnia*, em Barcelona, as organizações com telecentro voltadas para juventude de bairros com população imigrante – como é o caso do TEB no bairro do Raval, distrito de Ciutat Vella – buscaram alternativas para produção afirmativa a partir de uma rádio na Web (www.ravalnet.org) e oficinas de vídeo. Mas também não é a presença das tecnologias apropriadas que garante a entrada de novos produtores de informação no ambiente digital.

É complicado, pois necessita que as pessoas tenham vontade de fazer algo. (...) Tem acontecido coisas interessantes, de moradores que fazem um programa de rádio ou de outros que participam de entidades e têm um espaço na RavalNet, como espaço para difundir e dar discussão a suas atividades ou temas personalizados. Alguns fóruns que temos tentado com questões sobre o bairro, em que há gente que tem participado. Mas, mesmo com todos esses projetos que conquistamos, há o problema de que a participação das pessoas custa um pouco. E o ponto chave é a dinamização, conseguir que as pessoas vejam as possibilidades que têm com as tecnologias na participação e na criação, inclusive, de produtos. De dar informações para que outras pessoas vejam, compartilhem, escutem meu programa de rádio, dar uma nova visão do bairro. Antes era um lugar relacionado com a imagem de violência de criminalidade, quebrar com esse estereótipo e mostrar que o bairro é outra coisa [Entrevista com Vladimir Olivella García, dinamizador TEB, Barcelona, 22/02/06].

Dos cinco internautas entrevistados na pesquisa exploratória realizada em quatro telecentros de Curitiba,¹¹⁴ três demonstraram interesse em publicar conteúdos na Web, mas as dificuldades em termos de condições de produção são distintas, desde questões técnicas a aspectos subjetivos, passando pela etapa em que se encontra sua formação. O que demonstra a existência de diferentes matizes, gradações entre a possibilidade de todos serem produtores de informação e os que, de fato, publicam conteúdos na Web.

Eu achei legal e comecei a tentar montar. Um fanzine eletrônico, uma coisa assim. Daí, tentei colocar algumas imagens e como não tive acesso ou como colocar imagens acabei abandonando assim [J. L., 28 anos, sexo masc., internauta *Farol Aristides Vinholes*, Curitiba, 19/09/06].

Não, até por que eu não sei mexer muito em internet, é só o bem básico [K. V., 25 anos, sexo masc., internauta *Farol Aristides Vinholes*, Curitiba, 19/09/06].

Eu frequento outros blogs, mas eu não tenho. Já, no caso no *Meebo* [tipo de msn] e no *Orkut*, sim, mas blog mesmo não [B. C. S., 17 anos, sexo fem., internauta *Farol Telêmaco Borba*, 19/09/06].

Agora, por enquanto não. Eu tava tentando aprender a fazer montar página na internet, mais além, *html*, essas coisas, tava tentando aprender, só que o professor vai passar mais além ainda, um pouco mais além [G. S., 21 anos, sexo masc., internauta *Paranavegar Vila Real*, 18/09/06].

Eu até tenho vontade, mas é aquela coisa que você nunca vai ver como funciona realmente, até passa pela cabeça, mas nunca fui atrás pra ver como que é, quanto custa. Mas eu já tive vontade [A. B., 19 anos, sexo fem., internauta *Paranavegar Biblioteca Pública*, 18/09/06].

114 Três entrevistados por Juciano Lacerda em dois telecentros do programa *Farol do Saber* e dois entrevistados em dois telecentros do Paranavegar, entre 18 e 19 de setembro de 2006.

A internauta B. S., do Farol Telêmaco Borba, além do correio eletrônico (*e-mail*) vê como produção os recados (*scraps*) que escreve para os amigos na comunidade de relacionamento *Orkut* e as conversas via mensagens instantâneas (*MSN, Meebo, Google talk, ICQ* etc.). Também os internautas do programa *Acessa SP* apontaram as interações com outros internautas como elementos mais significativos em sua atividade cotidiana na internet, segundo a pesquisa *Ponline 2006* (Lidec/USP). Ao ser questionado sobre “o que você faz na internet?”, a resposta mais assinalada foi “recebo e envio e-mail”, com 86,4% (Tabela 7), seguida de troca de mensagens instantâneas e participação em comunidades de relacionamento.

Tabela 7 - Atividades realizadas na internet

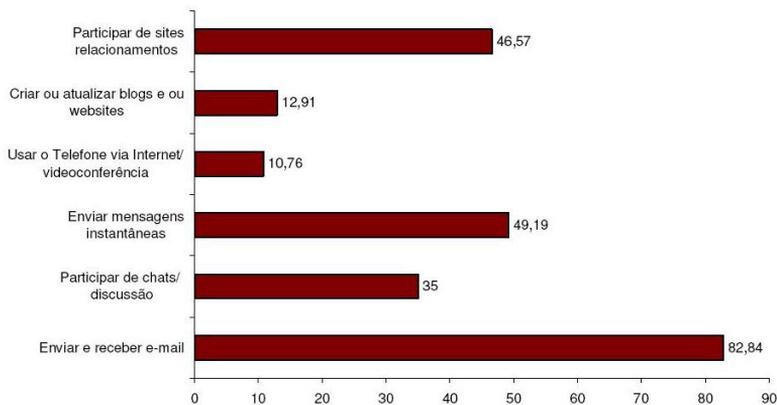
O que você faz na internet?	Total
Recebo e envio e-mail	86,4%
Converso via mensagens instantâneas (exemplo: MSN, Google Talk, Gaim, ICQ)	64,8%
Participo de sites de comunidades de relacionamento (exemplo: orkut)	63,1%
Leio notícias, jornais e revistas	47,9%
Participo de salas de bate-papo/chat	45,4%
Busco informações relacionadas a diversão e entretenimento	41,3%
Busco emprego ou envio currículo	36,6%
Busco informações relacionadas à saúde ou a serviços de saúde	25,1%
Ouçó rádio e/ou assisto a vídeos/televisão	22,9%
Jogo videogame ou jogos de computador	22,0%
Faço download de jogos, músicas e softwares	13,7%
Faço compras ou pesquisa preços	12,1%
Participo de listas ou fóruns de discussão	12,0%
Acesso serviços bancários	9,6%
Faço cursos à distância	6,6%
Pago contas	4,5%

Fonte - Pesquisa *Ponline 2006* – *Acessa SP/Lidec/USP*

É interessante observar como a cultura midiática tradicional permeia a lógica das pesquisas de organizações como IBGE ou IBOPE sobre usos e atividades realizadas na internet. Nenhuma traz itens que especificamente

trate de *produzir para/na Web* ao questionar os internautas, o foco sempre é audiência (acesso ou busca de informações: educação, turismo, saúde, download de arquivos de mídia, etc.) ou trocas comunicativas (e-mail, mensagens instantâneas, chat, relacionamento). Já a pesquisa TIC Domicílios – 2006 (CGIBR), no aspecto de uso da internet para comunicação, trata do tema “criar ou atualizar blogs ou Websites”, ao questionar “atividades realizadas na internet nos últimos 3 meses” (Gráfico 1). A pesquisa do CGIBR, realizada com internautas em geral, traz hierarquia semelhante de tipos de atividades que a *Ponline 2006*, cujos participantes eram frequentadores dos telecentros do projeto Acessa SP: “enviar e receber e-mail” como principal atividade (82,84%), seguida de “enviar mensagens instantâneas” (49,19%); “participar de sites de relacionamento” (46,57%); “participar de chats/discussão” (35%) vem em quarto lugar, pois não havia o item “ler notícias, jornais e revistas” nesse tópico. É relevante observar que a ideia de “produção”, que se caracteriza na atividade “criar ou atualizar blogs ou Websites” vem somente em 5º lugar na descrição dos internautas entrevistados pelo Comitê Gestor da Internet do Brasil. Os dados apontam que “produzir conteúdo” para a Web na internet não está entre os principais objetivos da grande maioria dos internautas quando estão no ambiente digital. *Seria a herança de um cotidiano constituído na cultura midiática pré-digital, na convivência com as mídias tradicionais e institucionalizadas no modelo de broadcasting e na centralidade do “um-todos”?* Temos alguns acenos importantes, a partir da *Ponline 2006* (Acessa SP/Lidec/USP).

Gráfico 1 – Atividades realizadas na internet



Base 2006: 2.286 entrevistados que utilizaram a internet nos últimos 3 meses para se comunicar. .).
Projeção populacional: 33 milhões de habitantes, com 10 anos ou mais de idade, segundo estimativa realizada com base na PNAD 2005.

Fonte - TIC Domicílios 2006 – Comitê Gestor da Internet do Brasil (CGIBR)

Dos internautas que responderam a *Ponline 2006*, 67,7% nunca publicaram ou desenvolveram algo na internet. Dos 32,3% que responderam “sim”, a maior parte selecionou “outro” (61,9%), quando se perguntou que tipo de site havia publicado. Como era possível marcar mais de uma alternativa, ter publicado “página pessoal, blog ou fotolog” chegou a 56%. “Site comercial” alcançou 22,2%; “site de interesse comunitário” chegou a 20,1% e, “site cultural”, 18,8%. O “outro” poderia corresponder a postagens em fóruns, comunidades e espaços de recados da comunidade de relacionamento Orkut ou de ambientes desenhados por grandes portais de grupos midiáticos consolidados (Globo.com, UOL, Terra, Yahoo, Google, etc.) dentro da lógica da fase atual da Web denominada de Web 2.0.¹¹⁵ Nessa linha da Web 2.0, a proposta dos estrategistas do projeto

¹¹⁵ O termo Web 2.0, segundo Alex Primo (2006), faz trocadilho com o tipo de identificação da versão de um software e corresponde à segunda geração de serviços da rede. “Caracteriza-se por

Telecentros *Paranavegar* era de criar um ambiente em que os gestores dos próprios telecentros pudessem gerar sites e conteúdos locais.

O novo Portal *Paranavegar* que está sendo desenvolvido, com uma ferramenta de fórum, e várias coisas inclusive quiçá, futuramente, uma TV sobre IP, usado nos telecentros, para que o cidadão jogue material na internet. Mas uma das partes disso é que a gente está criando um gerador de sites dentro do sistema *Paranavegar*. Então todo telecentro vai ter um site do próprio telecentro. As informações vão vir da comunidade. Quem vai fazer a triagem, o tratamento das informações que vão ser jogadas nesse site, vai ser o Conselho Gestor. E o Conselho Gestor vai inserir essas informações nesse gerador de sites. Esse gerador de sites vai ser uma ferramenta bem avançada, não vai ser necessário nenhum código-fonte [Entrevista com Eliezer Bitterman, da Celepar, projeto *Paranavegar*, Curitiba, 15/09/06].

Para Mark Warschauer, pesquisador das práticas de inclusão digital na Universidade da Califórnia, a existência de ambientes digitais em que os internautas do local se encontrem, participem, publiquem, discutam contribui para a construção de “capital social relacional” (WARSCHAUER, 2006, p. 212-214). Federico Casalegno, pesquisador do MIT, propõe no projeto *Memória viva* (*Living memory* – <http://www.memoire-vivant.org>) executar um ambiente digital para interações locais. “O desafio do projeto é o de criar um ambiente comunicativo capaz de permitir aos integrantes de uma comunidade local e territorializada partilhar informações concernentes à sua vida cotidiana” (CASALEGNO, 2006, p. 7). Note-se que, no caso do *Paranavegar*, será o conselho gestor que “vai inserir essas

potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços de interação entre os participantes do processo” (PRIMO, 2006, p. 1).

informações no gerador de sites”, portanto, não serão ferramentas de produção e edição voltadas diretamente para os internautas que usufruem do telecentro. Enquanto, nos telecentros, os conselhos gestores são o filtro das informações a serem publicadas no ambiente interativo institucional, as grandes corporações de mídia já incorporaram a lógica de envolver os internautas como produtores de conteúdo em suas estratégias de ampliar o número de suas audiências no âmbito digital.¹¹⁶ Diante dessa proliferação de ambientes digitais para publicação aberta, o jornal *The Guardian* publicou uma reportagem evidenciando que, de um grupo de 100 pessoas *on-line*, uma vai criar conteúdo, 10 vão interagir (comentando ou sugerindo melhorias) e a maioria, 89, vai somente ver. É a regra do “1%”. O jornal cita o caso do *Youtube* com média de 100 milhões de *downloads* e cerca de 65 mil *uploads*, ou seja, uma média de 1,5 milhão de vídeos assistidos para cada um publicado.¹¹⁷ Segundo pesquisa da empresa Hitwise, que faz medição de audiência em sites de Web 2.0 (modelo para a próxima fase do *Paranavegar*), a regra do 1% fica bem pior.

No YouTube, apenas 0,16% das visitas são de pessoas que querem enviar um arquivo para outros assistirem. No

116 O Internet Group (www.ig.com.br) criou o “Minha Notícia”, em que o internauta se cadastra e publica notícias. As chamadas são apresentadas na entrada do portal. O grupo OESP (www.estado.com.br), que publica o jornal O Estado de São Paulo, distribui por sua agência, no “Foto Repórter”, fotos tiradas por cidadãos, com máquinas digitais ou celular, cadastradas em seu portal. O portal Terra (www.terra.com.br) oferece o ambiente “VC Repórter” e o “VC Diretor”, em que são publicadas reportagens e vídeos dos internautas. Há também práticas de reportagem cidadã, numa perspectiva social, geradas pelo site Overmundo (www.overmundo.com.br) ou de colaboração com verbetes na enciclopédia digital aberta Wikipédia (www.wikipedia.org.br).

117 MANZONI JR., Ralphe. **Você conhece a regra do 1%?**. In: Blog dos Blogs, IDG Now!, 13 de março de 2007. Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/internet/blog_dos_blogs/archive/2007/03/13/voc-conhece-a-regra-do-1]>.

Flickr, somente 0,02% dos acessos são para envio de mensagens. A exceção é a enciclopédia on-line Wikipédia, que anunciou que vai ter uma versão off-line: 4,6% das visitas são para edição dos termos.¹¹⁸

Segundo blogueiro Manzoni Jr., os dados da pesquisa apontam que “apesar de todos os recursos para colaboração, o comportamento do usuário de internet é semelhante ao do usuário da TV: fica passivo em frente à tela”. Trata-se, claro, de um impressionismo de quem escreve para os meios de comunicação ao atribuir o caráter de “passividade” ao sujeito diante da tela da TV, jogando no lixo décadas de pesquisa sobre as operações de sentido realizadas na recepção televisiva, principalmente na área dos estudos de recepção e consumo cultural latino-americanos (Martín-Barbero, García Canclini, Vassalo Lopes, entre outros) e ingleses (Morley, Curran, S. Hall, Lull, Silverstone). Contudo nos faz ver que a relação entre sujeitos e tecnologias digitais não é uma soma de $2 + 2 = 4$, ou seja, a possibilidade técnica de publicar faria com que as pessoas passassem a publicar mais e não somente buscar, ler e ver informações ou relacionar-se com outras pessoas via internet. E corre-se o risco dos extremos: de uma participação plena, utópica ou de uma maioria passiva contente em somente ver e acessar informações, remanescente de uma cultura midiática ultrapassada. Portanto, a seguinte questão faz sentido: *os internautas que acessam internet em telecentros participam desse tipo de ambientes da Web como produtores de conteúdo? De que formas? Como significam seu nível de participação na Web, ao fazer uma relação com sua vivência midiática?*

A pesquisa *Ponline 2006* propôs cinco opções para que os 67,7% que nunca publicaram na Web explicassem o motivo. Claro que respostas

118 Idem.. *Lembra da regra do 1%? O drama é bem pior, amigo*. In: Blog dos Blogs, IDG Now!, 18 de abril de 2007 Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/internet/blog_dos_blogs/archive/2007/04/18/lembra-da-regra-do-1-o-drama-bem-pior-amigo/]>.

fechadas sempre são limitadas, mas é de se pensar por que 52,2% deles confirmaram “não ter nada a publicar/a dizer”, outros 20,9% disseram não ter interesse e 31% alegaram “outro” motivo. Já 26,8% se colocaram na condição de não saber como fazer, enquanto 14,6% atribuíram o não publicar à falta de tempo. *Por que estes internautas não teriam “nada a dizer”? Em relação ao “interesse”, que significações culturais, políticas, sociais têm o caráter de ser “produtor de conteúdos” para um internauta do Paranavegar ou Farol do Saber? Gostariam, eles, de publicar diretamente suas informações, notícias, histórias num ambiente comunitário ou se submeteriam a um filtro do conselho gestor? Há várias comunidades no Orkut criadas para abrigar internautas por seus respectivos bairros de Curitiba. Muitos desses bairros abrigam telecentros do Paranavegar e Faróis do Saber.¹¹⁹ Na percepção dos internautas, os ambientes relacionais do Orkut ou similares, em que costumam interagir quando estão nos telecentros, cumpriam esse papel de construção de um capital relacional local?*

No início desta argumentação, comentamos que um dos aspectos que caracterizam o internauta como “ativo” se desenha na tecnologia digital do hipertexto com a possibilidade de ele escolher suas próprias trilhas, entre as distintas ofertas de conexões, de links (SEIXAS, 2003; LÉVY, 1999; LANDOW, 1995; JOHNSON, 2001). Esta proposição subtende a existência de uma *atividade* do internauta em comparação ao que seriam “formas de passividade”, por ausência de *interatividade*, atribuídas à relação com a mídia tradicional de caráter massivo. Essa proposição tem, pelo

119 Encontramos comunidades do Orkut relacionadas aos telecentros em que realizamos a pesquisa exploratória. Do bairro Xaxim, em Curitiba, onde fica localizado o *Farol do Saber* Aristides Vinholes, encontramos 11 comunidades no Orkut. Do bairro Atuba, local do *Farol Telémaco Borba*, encontramos 3 comunidades. O telecentro Vila Real, do *Paranavegar*, fica no bairro Orleans, do qual encontramos 4 comunidades.

menos, dois problemas relacionados às lógicas das mídias tradicionais que tentam prevalecer nas práticas das mídias digitais.

O primeiro é quando a noção de *ação* do sujeito internauta sobre suas formas de navegar e percorrer o ciberespaço é geralmente denominada pelos estrategistas da oferta de produtos midiáticos digitais como “interatividade”. A polissemia da expressão é aproveitada pelas estruturas de mercado, quando oferecem novas tecnologias sob a lógica de serem mais “interativas” (SFEZ, 1999, p.131-132). Um segundo problema é reduzir a noção de “atividade” a possibilidades finitas de escolha entre clicar em um ou outro *link* proposto na navegabilidade de um site. Essa noção foi incorporada à televisão, que passou a produzir programas “interativos”, em que o telespectador poderia votar e participar do programa ao vivo, pelo telefone, selecionando opções finitas, geralmente, entre opções pré-determinadas.¹²⁰ Para Alex Primo (2003b), essa estratégia não gera possibilidade de recursividade, ou seja, de mudança de rumo, de comportamento entre os agentes durante o processo de interação; não haveria, de fato, *bidirecionalidade*. Por exemplo, os navegadores atuais não permitem que os internautas criem suas próprias conexões, seus próprios hipertextos, mas somente naveguem em hipertextos e conexões previamente estabelecidas por quem produziu a informação e a veiculou na Web. O próprio Steve Johnson (2001), inspirado nas ideias de Vannevar Bush, criador do Memex, ressalta que o internauta faz “trilhas” entre diferentes hipertextos, mas não tem como registrar seus percursos, na forma de

120 O programa Você Decide (Rede Globo), nos anos 90, abria para a participação da audiência por telefone para selecionar entre dois finais possíveis. O horário de exibição de filmes da madrugada da Globo passou a se chamar nos anos 90 de Intercine (fusão das palavras Interativo e Cinema), em que o telespectador escolheria entre dois filmes para serem exibidos no dia seguinte. Os telejornais e o Fantástico também passaram a propor temas com poucas alternativas para que os televidentes pudessem votar pelo telefone ou internet em um número limitado de opções.

conexões que pudessem ser vistas por outros e compartilhadas. Muitas vezes, a interatividade não passa de reação instrumental a estímulos previamente ofertados (PRIMO, 2003a).

E nessas trilhas realizadas pelos internautas seria possível reivindicar o direito a “perder-se” por veredas alternativas, conectar-se, deleitar-se com outras narrativas e produtos distintos e plurais, construir pactos com ofertas distintas das já estabelecidas pelos grandes grupos de mídia tradicional? Na cultura midiática pré-digital, construíram-se rotinas específicas como o chamado “horário nobre” (*prime time*, em inglês), marcado pelas grandes audiências televisivas, representando o termômetro do desempenho dos canais e a disputa pelo maior bolo na participação publicitária. Em 2005, Alexandre Magalhães, do Ibope, anunciava que “o uso da internet vem crescendo no chamado horário nobre, entre 20 e 22h. De acordo com Magalhães, 65% dos usuários domésticos navegaram nesse horário, muitas vezes simultaneamente com a TV”.¹²¹ Contudo, isso não quer dizer, necessariamente, que os internautas comuns estejam trilhando novos caminhos, navegando por mares nunca antes navegados. A pesquisa *Ponline 2006* (Acessa SP/Lidec/USP) destacava no tema atividades realizadas na internet (Tabela 4), que o tema “leio notícias, jornais e revistas” foi selecionado por 47,9% dos internautas dos telecentros Acessa SP. E ouvir rádio ou assistir a vídeos/televisão foi selecionado por 22,9% dos internautas. A pesquisa TIC-Domicílios 2006 (CGIBR) destaca que o uso da internet para buscar informações corresponde a 75% entre os internautas que haviam acessado a rede nos últimos três meses. Nas entrevistas que realizei durante a pesquisa exploratória, dos cinco internautas com os quais conversei, quatro deles citaram a *Globo.com* como seu site para

121 FUSCO, Camila. **Brasil é líder de navegação na web em abril**. In: IDGNow!, 18 de maio de 2005 [http://idgnow.uol.com.br/internet/2005/05/18/idgnoticia.2006-03-12.9094447416/IDGNoticia_view]

informações e notícias. E uma citou o jornal *Folha de São Paulo*. E houve uma certa correspondência entre suas preferências de consumo de mídia impressa (jornais e revistas) com seus correspondentes na Web (sites desses jornais e revistas). *Haveria aí uma mediação intensa das instituições tradicionais de mídia, cujo capital simbólico é reconhecido na cultura midiática do internauta, prevalecendo na experiência digital do internauta? Suas experiências pré-digitais marcariam suas escolhas, suas trilhas, suas navegações em ambientes digitais de comunicação?*

É preciso atentar para um fenômeno de reprodução da concentração, ocorrida com as mídias tradicionais, também no ambiente digital. Uma reportagem de *O Globo* (8/4/07), comentada no *Observatório da Imprensa*, aponta números da concentração da navegação da internet mundial em três portais mundiais (AOL, MSN e Yahoo) e um buscador (Google), que concentram 60% das receitas publicitárias on-line. “Nos Estados Unidos, com seus 211 milhões de internautas [um em cada cinco do mundo inteiro] apenas três portais informativos – AOL, MSN e Yahoo – concentram 40% do tempo dos navegantes por sites noticiosos e de entretenimento”, destaca Luis Weis, do *Observatório da Imprensa*.¹²² O pesquisador Eric Klinenberg (2007) descreve as *novas táticas dos monopólios da informação* no ambiente digital. Para ele, o mito de que as novas tecnologias teriam tornado obsoletos os riscos de concentração é um dos mais perigosos.

As grandes empresas de comunicação, que conceberam sofisticados planos para orientar o tráfego existente na internet para seus sites, são infinitamente menos audaciosas em matéria de reportagens investigativas,

122 WEIS, Luiz. Internautas independentes são “estrelinhas numa galáxia gigante.” In: VERBO Solto, *Observatório da Imprensa*, 8 de abril de 2007 [http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id={F91ADB9F-7045-41A8-B420-9AB1A5ED7F99}&id_blog=3]

especialmente no plano local. O essencial de seus conteúdos limita-se à difusão ou à reprodução de despachos das agências de notícias ou de pontos de vista já divulgados em outros meios de comunicação. Os próprios jornais, quase sempre usam a web para retransmitir seus artigos e não propõem conteúdos interativos ou produtos de multimídia.¹²³

A repetição, previsibilidade e homogeneidade também foram identificadas pelo pesquisador brasileiro José Afonso da Silva Jr. (2003) ao analisar as coberturas da *Agência Estado*, *Folha on-line* e jornal *Último Segundo*, nos temas tradicionais do jornalismo brasileiro: Brasil, internacional, economia, saúde, informática/diversão e cultura. E também detectou temas que são relegados a percentuais ínfimos de cobertura no âmbito digital por essas mídias: negros ou questão étnica, movimento dos sem terra, gays, lésbicas, religiões afro-brasileiras e atividades de ONGs.

Há, ainda, o fortalecimento da lógica de grandes portais, capazes de oferecer os mais variados tipos de conteúdos e serviços, na tentativa de fazer o internauta passar a maior parte do tempo em suas fronteiras. Estes oferecem, ainda, estratégias de personalização dos próprios conteúdos e serviços, na tentativa possível de concretização de uma internet à serviço do mercado, capitaneados pela lógica do “infotimento” (associação de serviços de informação e entretenimento) com ênfase no entretenimento.

O sonho das empresas capitalistas de reduzir a internet a uma máquina de distribuição de recursos personalizados, perseguido através de técnicas de criptografia e controle

123 KLINENBERG, Eric. *Novas táticas dos monopólios da informação*. In: Interesse Público. **Observatório da Imprensa**, v.11, n. 415, 9 de janeiro de 2007. (Trecho do livro *Fighting for Air: The Battle to Control America's Media* (ed. Metropolitan Books, Nova York, 2006, 352 págs.); tradução de João Amado). Disponível em: < [http://observatorio.ultimosegundo.org.com.br/artigos.asp?cod=415IPB001] >. Acesso em: 26 jan. 2007.

da propriedade intelectual, encontra sustentação e reforço na prática da mediação que simplifica as viagens e permite um filtro total do indivíduo sobre as informações que acessa. A personalização implica o controle e o conforto. Mesmo diante da riqueza de informações e experiências que a internet propicia, o indivíduo pode viajar sempre para os mesmos lugares (VAZ, 2004, p. 235).

De certa forma, na cultura midiática pré-digital de alguns sujeitos, também, existe essa pré-disposição a voltarem-se sempre para experiências já conhecidas, o que gera essa sensação de conforto e controle.

Jornal, eu vejo todo dia, eu tenho assistido o Jornal da Record, de 19h30, e o jornal Nacional, gosto de ver, mas embora os temas sejam meio... Eu dou uma olhada e os temas são... [risos] eu dou uma olhada e já sei o que esperar do Jornal Nacional: oriente médio e essas coisas todas [J. L., 28 anos, sexo masc., internauta *Farol Aristides Vinholes*, Curitiba, 19/09/06].

Na cultura midiática dos internautas, prevaleceria o que já é conhecido, consolidado, principalmente entre aqueles de menor poder aquisitivo, que são justamente os que frequentam os telecentros de acesso público gratuitos? Que significações produz o internauta sobre a relação entre ambientes digitais mais acessados por ele e os consumos de mídia tradicionais mais significativos para si? Segundo Klinenberg (2007, [s.p.]),

considerando o tipo de conexão utilizado, as pessoas com ensino superior e renda mais alta encontram com maior facilidade a informação ou a diversão que procuram na internet, enquanto aquelas com menos instrução e menos ricas tendem a limitar sua navegação na internet aos sites comerciais e aos dos grandes meios de comunicação.

Num telecentro, pelo acesso público e variado, com mecanismos de registro de usuário sem a fidelidade quanto ao número de IP (*Internet Protocol*) estar relacionado a um único dono, não há espaço para certas lógicas de fidelização e controle, por agentes inteligentes, algo voltado principalmente para quem tem computador em casa com acesso à internet, o que demonstraria maior poder aquisitivo. O telecentro é o lugar de quem não tem ou tem pouco poder aquisitivo. E mesmo pesando a falta de dinheiro ou de formação, se levamos em conta a pesquisa de Klinenberg, *não seriam tais condições e o ambiente midiático-comunicacional do telecentro os elementos propícios não somente para o já conhecido, mas, principalmente, para o diferente, justamente pela condição de não ter muito a perder?* Tornar-se o que André Lemos chama de “ciber-flâneur”, inspirado nas leituras de Walter Benjamin sobre Baudelaire, na atividade do *olhar* do *flâneur*, e em outra atividade que lhe é complementar, inspirado em Michel de Certeau: caminhar/escrever.

A flânerie e a ciber-flânerie são, dessa forma, atitudes que se configuram como astúcia ou poética do cotidiano que justamente desvia o caminhar/ clicar/escrever dos usos programados dos espaços. Criam-se, nesse movimento aleatório, mapas para a circulação singularizada por meio do duplo exercício de olhar/ler e caminhar/escrever imprevisíveis (LEMOS, 2001, p.50).

Haveria uma transformação da cultura midiática do internauta de telecentros, em sua experiência digital, de navegar à deriva, como um flâneur, só que na cidade-ciberespaço? O consumo de músicas digitalizadas, o download de imagens, de vídeos, de áudios permanece na lógica do controle, do conforto, das normas de propriedade intelectual, de criptografia, prevalecendo a cultura midiática tradicional sobre as possibilidades digitais? Ou haveria a possibilidade da errância, a astúcia e a poesia como atitudes? O que podemos

antever é que toda tendência a enquadrar os hábitos dos internautas, buscando identificar transformações da cultura midiática, nunca vai dar conta de todas as formas, pois há, em contraparte, todo um mundo de possibilidades criativas expressas em páginas web, blogs, fotologs, videologs, comunidades do Orkut, fóruns, listas de discussão experimentação. São endereços nos quais podemos encontrar desde experimentações artísticas¹²⁴ a produções alternativas de informações, como formas de jornalismo alternativo ou popular na web,¹²⁵ passando por inúmeras propostas de produção de conhecimento.¹²⁶

124 *ArteWeb Brasil* [<http://www.artewebbrasil.com.br/>]; *Web Arte no Brasil* [<http://www.fabiofon.com/webartenobrasil/>]; *Dissonância.com – Cultura Alternativa no Front* [<http://www.dissonancia.com/141-04.htm>]; *Vísceras*, de Nina Moraes [<http://www.fotolog.net/visceras>] entre outros.

125 Um bom exemplo é o Sistema de Muvuca da Mídia, o Sivuca [www.sivuca.com/], idealizado pelo jornalista Luiz Carlos Azenha, ex-repórter da Rede Globo, que resolveu congrega-jornalistas e cidadãos comuns num portal de blogs sobre crítica da mídia, da política e da sociedade. Inicialmente congregando blogs brasileiros, o sistema começa a se expandir pela América Latina e Espanha. Atualmente participam 60 blogs, como o *Waipueduca* (<http://www.waipueduca.blogspot.com/>), em que um catalão fala da Venezuela e uma venezuelana fala da Catalunha.

126 Não para de crescer a lista de blogs de pesquisadores em comunicação no Brasil, uma iniciativa do pesquisador e crítico da mídia Rogério Christofoletti, do Blog *Monitorando* (<http://monitorando.wordpress.com>), tem recebido constantes atualizações por parte de pesquisadores da área. Na 34ª atualização, estavam linkados 110 blogs de pesquisadores e grupos de pesquisa brasileiros. *Blogs de pesquisadores de comunicação.br*, disponível em [<http://monitorando.wordpress.com/2007/07/30/lista-de-pesquisadores-blogeiros/>].

2

Conectividades: panorama de políticas brasileiras e latino-americanas de telecentros de acesso público

2.1 Projetos de inclusão digital como política pública

Os projetos de inclusão digital são, em sua maioria, políticas públicas, portanto, não se pode negar a importância da presença do Estado. Mesmo com seus limites, ambiguidades, indefinições, usos demagógicos de projetos, ainda é um dos protagonistas do processo. Gail Short (2001), ao abordar as lições aprendidas, no início dos anos 1990, num projeto pioneiro de telecentros rurais na Austrália (*Western Australian Telecentre Network*), tanto como protagonista, como consultor, avalia que o apoio do Estado australiano foi fundamental para a sinergia e crescimento do projeto. Vários serviços governamentais que foram extintos em pequenas comunidades voltaram a funcionar nos telecentros, como o serviço bancário e solicitação de seguro saúde (SHORT, 2001, p.5). Rafael Oliva, do Centro Latino Americano de Estudos da Economia das Telecomunicações (CELAET), produziu um relatório sobre o Projeto *Acessa São Paulo* (Governo Estadual de São Paulo) para o Instituto de Conectividade das

Américas (ICA),¹²⁷ organismo apoiador do projeto. Entre as recomendações, a não cobrança pelo acesso e, portanto, a necessidade de o estado garantir sua consolidação com investimentos a “fundo perdido”.

Com efeito, pode se mostrar contraproducente introduzir já no começo da implantação do programa cobrança pelo acesso, sob pena de inibir-se, antes mesmo que o programa se consolide, o atingimento [sic] dos seus objetivos primordiais. Nessa medida, e como corolário, é recomendável que nas suas etapas iniciais de implantação a administração pública garanta a sustentação do programa, incorrendo, se necessário, em gastos “a fundo perdido”, ao menos até que uma postura dessa natureza não seja mais requerida. (OLIVA, 2003, p. 20).

Por outro lado, o papel mais ou menos ativo dos governos pode se converter em promessas ou posturas demagógicas. E o entusiasmo em torno das virtudes promissoras da tecnologia pode se traduzir como resolução – mas, somente no nível do discurso – das carências em termos de educação, saúde e informação como possibilidades mínimas de exercício de governo. Esse entusiasmo com a tecnologia que não traz resoluções concretas ou mascara os demais tipos de carência é definido por Scott Robinson como “demagogia digital”.

Es fácil que las expectativas levantadas se conviertan en promesas incumplidas. He aquí un peligro latente en la iniciativa regional de los diversos telecentros. Con la poca anuencia del Estado, las elites desconfiadas de los instrumentos que pueden modificar el balance del poder en el ámbito local, las empresas cuasi-monopólicas de

127 Site do ICA em português. Disponível em: <http://www.icamericas.net/index.php?newlang=x_brazilian_portuguese>.

las telecomunicaciones sin interés evidente en proyectos sociales (mucho menos atender el divisorio digital por obligación del marco regulatório), y las comprensibles resistencias de las cúpulas burocráticas de la educación y la salud, los telecentros tienen un desafío cuesta arriba en sus respectivos entornos. (ROBINSON, 2000, p.128).

Se pensamos no atendimento das obrigações de inclusão digital por parte das operadoras de telecomunicações privatizadas, a iniciativa privada na área de telecentros por parte das operadoras telefônicas no Brasil, diferentemente da Argentina, é tímida – do ponto de vista de mercado – e ineficiente como “projeto social”. No país vizinho, popularizou-se o modelo privado de “locutório” em que a empresa Telefônica, por exemplo, dá suporte para pequenos empresários montarem um telecentro com computadores de ponta, monitores de tela plana, microfones, webcam, serviços estes associados ao tradicional serviço de telefone público com chamadas (locais, nacionais e internacionais) creditadas no momento em que o cliente encerra a ligação. Quando estivemos em 2004, na cidade de La Plata, durante o congresso da ALAIC,¹²⁸ pudemos usar estes serviços para entrar em contato com o Brasil. Em Santa Cruz de la Sierra (Bolívia) e em Barcelona (Catalunha, Espanha), serviços semelhantes eram oferecidos, mas com pequenas iniciativas empresariais, nem sempre com bandeira de operadoras de telefonia (LACERDA, 2004a, 2006b).¹²⁹ Erick Torrico (2005) teve essa percepção ao fazer o balanço da experiência boliviana. “A lo largo de estos 14 años de vinculación con las TIC’s se ha ido configurando un cuadro en que son claramente las empresas telefónicas y

128 Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

129 Em Santa Cruz, pudemos usar estes serviços durante o congresso da ALAIC de 2002. Em Barcelona, também tivemos contato direto com os locutórios durante o estágio de doutorado-sandwich (10/2005-03/2006).

algunas organizaciones no gubernamentales las que mejores avances han alcanzado” (TORRICO, 2005, p. 52).

No Brasil, timidamente a operadora Telemar implantou, em 1997, o que Mike Jensen (2001) classificou como “micro telecentres”: telefones com um navegador web incorporado e um leitor de cartões telefônicos ou de crédito adaptado (JENSEN, 2001, p.1). Este tipo de micro telecentro (somente uma máquina) foi instalado em shoppings, aeroportos, supermercados de grandes redes, etc. Em outros países, são comuns também em aeroportos e estações de trem. No Brasil, esse tipo de acesso à internet ficou restrito ao Nordeste e Minas Gerais, áreas de cobertura da Telemar. As demais operadoras não tiveram a mesma iniciativa. Tampouco se desenvolveu, no Brasil, uma experiência semelhante aos locutórios argentinos,¹³⁰ o que é possível de compreender a partir de algumas pistas que podemos deduzir das reflexões de Michel J. Menou e um grupo de investigadores sobre os telecentros comunitários na América Latina (MENOU; DELGADILLO POEPEL; STOLL, 2004). Embora, os telecentros, na América Latina, compartilhem premissas ideológicas básicas, o modo como respondem aos desafios varia muito. Um dos aspectos é o da sustentabilidade financeira dos projetos. “A maioria parecia aceitar que responsabilizariam os usuários, dentro de limites razoáveis, com o objetivo de sustentar a operação” (MENOU; DELGADILLO POEPEL; STOLL, 2004, p.41).¹³¹ Esse tema entrava em choque ao que defendia a Rede *Sampa.org*, de São Paulo, que defendia ser injusto que as pessoas tivessem que arcar com as despesas, que teriam que ser responsabilidade da comu-

130 Em grande parte da América Latina, França, Espanha e Portugal possuem estes tipos de telecentros pagos. Pudemos observar durante viagens para congressos internacionais durante o período do doutorado.

131 “The majority seemed to accept that users would be charged, within reasonable limits, with a view to sustaining the operation” (MENOU; DELGADILLO POEPEL; STOLL, 2004, p. 41).

nidade (MENO; DELGADILLO POEPEL; STOLL, 2004, p.41). Ou seja, experiências pioneiras e de referência como a do *Sampa.org*, que inspiraram o governo do município e do Estado de São Paulo, pautavam-se no financiamento público, para evitar confusões de objetivos públicos e privados. E essa perspectiva teria prevalecido na concepção política dos programas de inclusão digital no Brasil. Outro problema seria a obscura redação da legislação do Fundo de Universalização das Telecomunicações (FUST), que dava margem para várias interpretações, correndo o risco de voltar-se para beneficiar os operadores da infraestrutura de telecomunicações ou políticos de ocasião que tivessem em seu poder a aplicação do fundo (MENO; DELGADILLO POEPEL; STOLL, 2004, p. 48).

Durante o período Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), pouco vimos surgir experiências de telecentros com base em políticas governamentais, somente tiveram concretude ações realizadas por governos estaduais, municipais ou por organizações não-governamentais.¹³² Um dos avanços do Governo Lula da Silva foi a defesa do software livre e a tentativa de implementar um programa de telecentros federal, o *Casa Brasil* (<http://www.casabrasil.gov.br/>) e, ao mesmo tempo, tentar gerar sinergia entre as diferentes iniciativas levadas a cabo por diferentes ministérios: Educação, Comunicações, Casa Civil, Ciência e Tecnologia, Cultura, etc. Temos um número intrincado de projetos com bons propósitos, mas poucos resultados. Por sua complexidade, as “Casas” se distanciam de uma ideia de “telecentro comunitário”, pois muitas estão situadas em locais pouco estratégicos para a ação popular e tornam mais burocrático

132 Com destaque para a *Rede Digitando o Futuro*, da Prefeitura de Curitiba (1997-2000), *Sampa.org*, do Instituto Florestan Fernandes (2000), *Acessa SP*, governo paulista (2000), Telecentros Municipais de SP (2001) e Telecentros Porto Alegre (2001). A iniciativa de maior peso do período FHC é o Comitê para a Democratização da Informação (CDI), uma ONG criada por Rodrigo Baggio, cujas escolas de informática são financiadas por grandes grupos privados, a exemplo da Microsoft e Organizações Globo.

o processo de criação de novos centros. Somente 90 foram aprovadas em 2005, no balanço anual da Secretaria de Ciência e Tecnologia para a Inclusão Social, sendo que dois anos depois nem todas foram implantadas.¹³³ O projeto que teve mais visibilidade no primeiro governo Lula da Silva (2003-2006) foi o “PC Conectado”. O Governo Federal apostou numa política de inclusão digital que diretamente beneficiou a iniciativa privada e o mercado: venda de computadores de baixo custo com financiamento a juros baixos para a população com menor poder aquisitivo.

Na tentativa de aumentar os índices quantitativos de inclusão digital, as políticas públicas podem ter perdido de vista possibilidades coletivas de caráter emancipatório por parte das populações beneficiadas. Em computadores de acesso domiciliar, as pesquisas de consumo e a capacidade de medição de consumo é muito mais efetiva do que computadores em um telecentro. Ao mesmo tempo, amplia o mercado das telefônicas e dos provedores de acesso. Essa parece não ser a melhor estratégia para a América Latina. O tema preponderante no jornal *A Folha de S. Paulo*, sob o chapéu “Inclusão digital” foi o estouro de vendas do “PC Conectado”.¹³⁴ Ganham as grandes redes de lojas, ganham as empresas de telefonia com o acesso discado, ganham os provedores de internet, ganham os bancos que aprovam os créditos, mas o cidadão vive o paradoxo de se endividar para comprar um PC. Contudo, como retrata carta de um cidadão de Brazlândia (DF), publicada no *Jornal de Brasília* (24/03/2006), quem lhe garante que vai estar conectado? E, se consegue, por quanto tempo?

133 FUSCO, Camila. *Casa Brasil quer ser modelo de inclusão sustentável para o País*. IDG Now!, Internet, Inclusão Digital, 16 de abril de 2007. [<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/04/16/idgnoticia.2007-04-16.9319015378>]

134 Especial *Inclusão Digital* da Folha de São Paulo, 2005 [<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2005/inclusaodigital/>]

Nos dias de hoje, com a febre da tão famosa inclusão digital, ainda se pode ver lugares que não possuem esse serviço. Lugares como parte da cidade de Brazlândia, que não dispõe dos benefícios da Internet com banda larga, dependendo assim do acesso discado que, além de ocupar a linha telefônica, nos dá um gasto pouco desejado na conta. Ao pedir à Brasil Telecom que fornecesse banda larga a essa região, encontramos uma enorme confusão. A resposta foi que seus domínios não podem chegar ao local. Isso nos soou estranho, porque a cidade possui várias casas que dispõem do serviço banda larga. Por que a Brasil Telecom disse que não tinha esse serviço disponível? *João Cardoso, Brazlândia.*¹³⁵

Até mesmo o acesso pago via internet banda larga, no Brasil, é incipiente por falta de concorrência e interesse das empresas de telecomunicações, que concentram 80% do mercado, como atesta pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV).¹³⁶ No Chile, as telefônicas só detêm 48% do mercado e, nos Estados Unidos, 41%. O resultado: somente 35% das cidades brasileiras possuem cobertura banda larga.¹³⁷ Para levar telecentros a cidades com baixo índice de desenvolvimento humano (IDH), o governo do estado do Paraná tem que bancar o link para os municípios, pois as operadoras não veem, nesses municípios, potencial comercial para investir em conectividade.

135 *Exclusão digital em Brazlândia*. Notícias, Fórum de Democratização da Informação (FNDC), 24/03/2006 [http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=29307].

136 DALMAZO, Luiza. *Brasil é prejudicado pela falta de competição na oferta de plataformas de banda larga*. Computerworld. www.computerworld.com.br, 8 de agosto de 2007. Disponível em: <([<http://computerworld.uol.com.br/comunicacoes/2007/08/08/idgnocia.2007-08-08.9623863140/>])>. Acesso em: 10 ago. 2007.

137 DALMAZO, Luiza. *Ibidem*.

A maior parte dos nossos telecentros é atendida pela Brasil Telecom. Mas não é a totalidade, é a maior parte. [...] Somos nós que pagamos o link. Prioritariamente o link é no mínimo 256kbps. Então é um link relativamente bom, tem telecentros que estão trabalhando com links de 512kbps. [Entrevista Eliezer Bitterman, da Celepar, projeto *Paranavegar*, Curitiba, 15/09/06].¹³⁸

2.2 Definições sobre telecentros: tipologias e dimensões

Além do *micro-telecentro*,¹³⁹ o trabalho de Mike Jensen (2001) descreve outros três modelos de telecentros, segundo o número de equipamentos, serviços e tecnologias envolvidos. O *mini-telecentro* (*Mini Telecentre*) ofereceria, além do computador conectado em rede (possivelmente redes móveis ou satélite) um conjunto três-em-um scanner/impressora/copiadora, uma máquina impressora e a possibilidade de fazer chamadas telefônicas. O *telecentro básico* (*Basic Telecentre*) proposto por Jensen teria mais computadores com acesso à internet e linhas telefônicas, além de máquina fotocopadora, impressora e scanner. Possivelmente, poderia contar com um sistema de administração de chamadas telefônicas. O último, que seria um *telecentro completo* (*Full Service Telecentre*), contaria com muitas linhas telefônicas, computadores multimídia com acesso à internet, impressora laser em preto e branco, impressora colorida, *scanner*, máquina fotográfica digital, câmera de vídeo, TV e projeto de vídeo, retroprojetor, fotocopadora, salas para reunião, sala de telediagnóstico e sala de videoconferência. Embora seja uma proposição de 2001, o modelo que Jensen propõe para a “comunicação para o desenvolvimento” como

138 Entrevista realizada por Juciano Lacerda.

139 Cujo formato é semelhante ao modelo de ponto de acesso à internet por meio de cartão telefônico, adotado pela Telemar no Brasil em aeroportos e centros comerciais.

o *telecentro completo* somente tem algo que se aproxime hoje, no Brasil, em projetos-piloto como o *Cibernarium*¹⁴⁰ de São Paulo e Porto Alegre e algumas *lan houses*. É até mesmo superior ao modelo corrente no projeto barcelonês dos *Puntos Òmnia* (LACERDA, 2006b). Vemos, assim, como é complexa a tarefa de caracterizar os tipos de telecentro pelas tecnologias que oferecem, principalmente quando boa parte delas ainda está no nível “ideal”. Os modelos dos telecentros do projeto *Paranavegar* e *Faróis do Saber*¹⁴¹ se enquadrariam, no máximo, na categoria de “telecentro básico”, com sistema de gerenciamento, computadores conectados à internet, impressora e scanner, mas sem os serviços de telefonia de baixo custo, fotocopiadora e fax, propostos por Jensen (2001). Com isso, percebemos que as lógicas e estruturas de inclusão digital, as concepções de serviços e funções desempenhadas pelos telecentros encontram grande assimetria entre as diversas propostas de analistas e planejadores – privados ou públicos, com fins sociais ou interesse de lucro – e as realidades locais. Na Bolívia, as tensões entre concepções liberais e sociais das tecnologias da informação e da comunicação já são declaradas abertamente. E percebe-se a necessidade de políticas e estratégias contextualizadas com as relações de poder vigente ou o drama cotidiano da exclusão (TORRICO, 2005, p. 62).

No conjunto de artigos científicos, teses, dissertações, relatórios de pesquisa, análises, panoramas, capítulos de livros¹⁴² que pesquisamos, há

140 Projeto de cooperação internacional na área de inclusão digital com a Comunidade Europeia. Cada uma das cidades conta com uma sala multimídia.

141 Detalharemos os dois projetos nas seções 2.3 e 2.4 deste capítulo.

142 Fundamentais nesse processo de pesquisa-da-pesquisa foram os bancos de dados da Fapesp, USP, Compós, Scielo, CEPAL, Instituto de Conectividade das Américas (ICA), Somos@ Telecentros; Rede de Informações do Terceiro Setor (RITS), Lidec(USP), União Europeia, e Textos (publicación del Instituto de Altos Estudios Universitarios de Barcelona); Banco de papers da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós);

distintos tratamentos para o tema telecentros: *infocentros, cabinas, pontos de inclusão digital, locutórios, telehouses, centros tecnológicos comunitários, centros públicos de acesso pago ou gratuito* etc. Tivemos acesso a uma caracterização dos tipos de telecentros de Gómez, Hunt e Lamourex¹⁴³ que aponta várias combinações a partir de três categorias: *telecentros comerciais, telecentros cívicos e telecentros comunitários*, como *cibercafés, telecentros escolares e telecentros municipais*. Barry Wellman (2002), pesquisador canadense não discrimina os tipos de telecentros quanto ao fato de serem de interesse comercial ou gratuito, nem o tipo de organização que o mantém, tampouco o fato de ter ou não monitores, oficinas, projetos sociais envolvidos. Para ele, não sendo a residência (lar) ou o lugar de trabalho, todos os demais lugares são “terminais públicos” com acesso à internet. “[...] O termo ‘terminal público’ não especifica se os usuários estão tendo acesso em um terminal público gratuito ou um ciber-café, a categoria permite uma certa equivalência entre os usuários” (WELLMAN...*et al*, 2002, p.2).¹⁴⁴ Michel Menou *et al* (2004) destaca a dificuldade de classificar os telecentros, assegurando que tal atitude classificatória detalhada, além de

Documentación en Ciencias de la Comunicación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO); Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal); Latindex (Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal); Catálogo de Revistas Académicas em Comunicação 2006 (UFRGS, Porto Alegre); Coleção da produção científica em ciências da comunicação dos países de língua portuguesa (Reposcom-Intercom); Biblioteca Digital de Teses e Dissertações de Mestrado Brasileiras (MEC/CAPES); Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação (BOCC) da Universidade da Beira Interior; Nombre Falso: Comunicación y Sociología de la Cultura (Argentina); Scielo Brazil: Scientific Electronic Library Online (Fapesp-Bireme, Brasil); La Base de Infoamerica - Comunicación, Medios, Cultura y Sociedad; e Google Académico.

143 A tipologia foi apresentada no artigo de Sônia Elisa Caregnato (2003).

144 “While the term “public terminal” does not specify whether users are accessing at a free public terminal or a cyber café, the category does allow for some equivalence among users” (WELLMAN... *et al*, 2002, p. 2).

difícil, pode resultar superficial (2004, p.46).¹⁴⁵ Ele parte da discussão das classificações de Proenza, que estabelece sete¹⁴⁶ tipos, e da tipologia de Colle e Roman, que propõem dez dimensões,¹⁴⁷ para elaborar sua síntese, tendo como ponto de partida três formas de iniciativa de telecentros: “Aqueles de governos centrais ou locais que funcionam dentro de comunidades, aquelas de governos centrais ou locais que funcionam a partir das instituições educativas (escolas ou bibliotecas públicas) e as das organizações não-governamentais (ONGs) ou do setor privado” (MENO... *et al*, 2004, p.46).¹⁴⁸ O interessante é que Menou exclui os “cibercafés” e as empresas puramente comerciais dessas três tipologias. Para o pesquisador, tanto um ciber-café poderia chegar a alcançar metas de desenvolvimento social como um telecentro comunitário em busca de garantir a autonomia poderia cobrar taxas, mas a confusão dos gêneros traria pouca transpa-

145 “Offering a meaningful typology of telecenters is at the moment quite difficult and artificial. In their study Proenza and co-workers (Proenza, F., Bastidas-Buch, R., Montero, G. 2001, p. 13) used for instance a classification with 7 categories of telecenters²¹, mainly based upon the legal form of the entity in charge. However a telecenter can be based in a school but be supported by a program of the central government and develop a variety of activities for different segments of public, thus cross several of their identified categories. In view of recent events in countries hit by financial or political crises, one may need to add to their classification a component describing the state of activity, ranging from ‘promised before the elections and still not on’ to ‘fully operational without interruption.’” (MENO... *et al*, 2004, p. 46)

146 “Commercial, Franchise, NGO, University, School, Municipal and Polyvalent” (MENO... *et al*, 2004, p. 46).

147 “Public sector versus Private sector, Publicly funded versus Privately funded, Commercial (fee-based) versus Free, Urban versus Rural, Narrow focus versus Multi-purpose, Independent versus Networked/grouped, Community-based versus Establishment, Stand alone versus Attached, Profit versus Service, Thematic versus Universal” (MENO; DELGADO POEPSOL; STOLL, 2004, p. 46).

148 “At this stage, it was felt more appropriate to stick to only 3 types of initiatives: those of central or local governments operating within communities, those of central or local governments operating from educational institutions (schools or public libraries) and those of non-governmental organizations (NGO’s) or the private sector” (MENO... *et al*, 2004, p.46).

rência. O risco se constitui em programas nacionais de telecentros que funcionam segundo lógicas comerciais e cuja contribuição não passa da conectividade e do conhecimento básico de informática, podendo conduzir a uma perspectiva meramente consumista da informação (MENOU... *et al*, 2004, p.53).

A proposta de tríplice iniciativa de Menou (2004) é interessante como critério de seleção, pois é possível, num estudo, focar a iniciativa pública governamental e deixar fora do recorte as ações do campo privado (cibercafés e *lan houses*) e de organizações não-governamentais de parceria público-privadas (como o *Comitê pela Democratização da Informação* – CDI – www.cdi.org.br). E nos projetos públicos governamentais, as iniciativas não precisam ser necessariamente do governo federal, mas de estados e municípios. O limite da categorização aparece quando em uma mesma proposta há o cruzamento de iniciativas na área educacional e comunitária. É o caso do projeto *Paranavegar*, do Governo do Estado do Paraná, que contempla tanto bibliotecas públicas como parcerias com comunidades, e do projeto de inclusão digital dos *Faróis do Saber*, da prefeitura municipal de Curitiba (PR), cujos telecentros são também bibliotecas que pertencem a escolas ou estão próximos a escolas (coordenados pela Secretaria de Educação do município), mas estão abertos para a comunidade em tempo integral. Para efeitos desta investigação, decidimos pela definição de *telecentro* como ambiente midiático-comunicacional vinculado a um projeto de inclusão digital de uma instituição pública (geralmente governos estaduais e prefeituras, no caso do Brasil), situado em uma proposta de política de desenvolvimento no seio da *Sociedade da Informação*¹⁴⁹ e realizado por instituições relacionadas com o

149 Isso não quer dizer que todos os telecentros de acesso público e gratuito sejam projeto governamental ou vinculado a uma visão única de *Sociedade da Informação*. Há projetos autogeridos por ONGs e instituições sem fins lucrativos que têm uma forma indireta de apoio de governos

desenvolvimento social e comunitário, fundações sem fins lucrativos; ou também pode estar apoiado em organizações implicadas na vida dos bairros (como associações de bairro, centros de apoio a jovens, organizações comunitárias, associações culturais e beneficentes, centros educativos de reforço educacional, etc.), situadas nas localidades com maiores problemas socioeconômicos (ROBINSON, 2000). Estas instituições sociais têm dentre seus objetivos incentivar a participação e o compromisso da comunidade nas atividades ou problemas enfrentados pelo bairro (ROBINSON, 2000) e recebem, muitas vezes, algum tipo de apoio ou subsídio de organizações de cooperação nacionais e internacionais. As tecnologias da comunicação oferecidas no telecentro devem estar ao serviço dos diferentes grupos da comunidade, potencializando seus interesses sociais e econômicos (entre ajuda e apoio social on-line, busca por trabalho, acesso à informação gratuita, compras e contatos de trabalho via rede) (LOADER, 2004; CASTELLS, 2003, 2004).

O interesse social pelos telecentros e pelo tema da inclusão digital, influenciado pelo paradigma da *Sociedade da Informação*, põe muitas vezes em choque políticas públicas estatais e organizações da sociedade civil. E corre-se o risco de defender as estratégias de organizações da sociedade civil, hoje de caráter transnacional, como automaticamente democráticas e transparentes, uma vez que se afirmam como apolíticas. O projeto *Telehouses* desenvolvido na Hungria é apresentado como uma estratégia de sucesso na “comunicação para o desenvolvimento”, com mais de 500 telecentros e uma irradiação em países vizinhos como Iugoslávia, Romênia, Croácia, Eslovênia, Ucrânia, Eslováquia, Bulgária, Polônia, Rússia e Estônia, inclusive com relações com *telehouses* na Grã-Bretanha, Espanha e África do Sul (GÁSPÁR, 2001, p. 3). Mátyás Gáspár

locais, estaduais ou federais, e inclusive também com a iniciativa privada, como é o caso do Comitê para a Democratização da Informação (CDI) <www.cdi.org.br>.

o apresentou em uma conferência internacional sobre telecentros como um caso de sucesso que, embora enfrentando problemas por mudanças nos usos originalmente propostos pelos fundos que apoiam os projetos. (2001, p. 4). Entre as preocupações do autor em relação à pesquisa científica sobre telecentros (na época se constituindo), estava a possibilidade de perceber os índices de satisfação e as estatísticas de mercado, que trariam novas formas de apoio financeiro ao projeto (GÁSPÁR, 2001, p. 6). E conclui:

Nosso movimento não tem nenhuma filiação política. As mudanças na Hungria, entretanto, dividiram a sociedade em quase todos os campos, e a maioria das profissões foram influenciadas pela política, mas o movimento de *Telehouse* ainda poderia seguir sendo um caminho político neutro. (GÁSPÁR, 2001, p. 8).¹⁵⁰

Warschauer (2006) critica iniciativas da sociedade civil cujo interesse é mais captar fundos internacionais ou nacionais de investimento para suas iniciativas de inclusão digital do que promover as comunidades atendidas por tais projetos. Projetos nessa linha não respeitam os contextos locais e suas ambiências sociopolíticas, seus gestores estão mais preocupados com números e resultados quantitativos do que gerar processos socioculturais transformadores. É possível encontrar casos em que propostas partam da ideia inicial de preparar pessoas ou comunidades para a entrada no mercado, como perspectiva de desenvolvimento, mas sejam revistas durante o processo em função das características socioculturais locais. Ao relatar o início da experiência de telecentros rurais em Tamil Nadu, no Sul da Índia,

150 “Our movement has no political affiliation. The political changes in Hungary, however, divided the society at almost all fields, and most professions were influenced by the politics but the *Telehouse* Movement still could remain politically neutral” (GÁSPÁR, 2001, p. 8).

P. Thamizoli e K. Balasubramanian (2001) destacam que a proposta de telecentros rurais criados por governos, ONGs e agências internacionais de desenvolvimento tem como objetivo o desenvolvimento sustentável das comunidades com o melhoramento do gerenciamento da informação local (THAMISOLI; BALASUBRAMANIAN, 2001, p.1). Na experiência que implantaram em Kannivadi e Samiarpatty, perceberam que “ademais das considerações sobre o mercado, estes centros são caracterizados pelas normas e valores sociais locais” (THAMISOLI; BALASUBRAMANIAN, 2001, p. 9),¹⁵¹ correspondentes a referências de *classe*, *casta* ou *gênero*.

Há iniciativas em que processos sócio-transformadores são minimizados como metas a alcançar, pois são tachados como “postura política”, como se política e desenvolvimento local pudessem estar separados. O risco dessa separação compromete projetos de inclusão digital. É necessário um equilíbrio entre os números que encantam as fontes de financiamento e as necessidades reais das pessoas que fazem parte dos projetos. Ao avaliar um projeto de uma organização norte-americana realizado em um país da América Latina, Warschauer descreve os riscos de caracterizar como “apolítico”:

[...] ao enfatizar números *em vez* das necessidades reais das pessoas, o projeto não conseguiu atingir nem pessoas *nem* números. Em grande medida, o problema pareceu residir no fato de a fundação tentar realizar seu trabalho de modo “apolítico” – em outras palavras, em seu *próprio* modo político, que tirava a ênfase do valor da participação e da mobilização comunitárias – sem levar em conta ou dedicar-se a questões políticas ou pontos de vista locais (WARSCHAUER, 2006, p. 270) (grifos do autor).

151 “In addition to the market-driven considerations, these centers are characterized by the local social norms and values” (THAMISOLI; BALASUBRAMANIAN, 2001, p. 9).

O protagonismo político da própria comunidade, que reconhece suas questões políticas e pontos de vista internos, pode ser um propulsor de um projeto de telecentros, fortalecendo vínculos internos e alcançando intercâmbios internacionais. É o caso das conclusões sobre o telecentro da Comunidade Santa Marta, no Rio de Janeiro, a que chegaram Patrícia Saldanha e Mohammed El Hajji:

Verificou-se, portanto, que a existência concreta do Telecentro da Comunidade Santa Marta não só colaborou com a unificação de seu território, como projetou a mesma internacionalmente e a colocou num processo de intercâmbio cultural com outros telecentros que estão sendo montados neste momento, por grande parte dos países da América Latina. Principalmente porque, a gestão destes centros deve ser desenvolvida pelos próprios moradores da localidade, através de uma organização comunitária que, ao fortalecer sua auto-estima, estimula a participação política dos integrantes da comunidade e democratiza o acesso do uso dos computadores e, principalmente, estimula a comunidade local para que esta inicie um processo de produção de conteúdo. (SALDANHA; HAJJI, 2006, p. 8).

Tal relato nos coloca em posição de fazer uma leitura dos telecentros numa perspectiva transnacional, em que modelos são apropriados, difundidos e compartilhados entre as fronteiras, construindo-se processos de espaços de visibilidade e interação extraterritoriais. Denise Shomaly K. (2002) aborda em seu trabalho a origem, a tipologia e um inventário dos telecentros existentes no Chile, fazendo algumas inferências sobre os “possíveis impactos sociais de seu uso” (2002, p.1-7). O trabalho de Shomaly apresenta, numa política nacional de combate à exclusão digital, seu caráter transnacional pela articulação do governo chileno com instituições internacionais como a Unesco e a participação de organizações transnacionais pró- inclusão digital. A autora relata o que podemos chamar

de *transnacionalidade latino-americana*: a participação da organização *Somos@telecentros* do Equador e do próprio *Comitê para a Democratização da Informação* (CDI) brasileiro no Chile. O tema da transnacionalidade dos telecentros será retomado após a caracterização dos dois projetos de telecentro que fazem parte da construção do objeto empírico da pesquisa.

2.3 Projetos de inclusão digital: *Paranavegar e Faróis do Saber*

Em nossa investigação, decidimos situar nosso estudo empírico no recorte dos telecentros públicos¹⁵² a) sem interesses mercantis, embora possam chegar a cobrar taxas para automanutenção, b) cuja gestão é comunitária ou tem participação de gestores da comunidade e c) haja possibilidade de oferecer capacitações cujo propósito é atravessado por práticas midiáticas e comunicacionais (oficinas culturais, produção de notícias, desenho de sites e dispositivos comunicacionais – fóruns, chats, listas de discussão etc.), d) ofertados na forma *multipropósito*.¹⁵³

152 Os telecentros são espaços públicos, mas não necessariamente gratuitos, de acesso ao amplo banco de dados que a internet se tornou, uso de correio eletrônico e outros serviços. E difere dos “cibercafés” e dos “locutórios” porque “permitem e fomentam a construção do domínio público e a oferta de cursos de capacitação em ofícios digitais” (ROBINSON, 2000), ou mesmo cursos à distância tutorados por monitores ou técnicos. Em suma, “um telecentro é um compromisso para oferecer informação e capacitação no manejo da mesma, para além de interesses mercantis” (ROBINSON, 2000, p.117). Acrescentamos que possuem conselhos gestores para gerenciar recursos, horários e programação de oficinas e podem oferecer também ações de cidadania ou de cunho cultural, a depender da mobilização da comunidade envolvida, de seus interesses e da política governamental local.

153 Do terminal é possível ter acesso a mídias e ferramentas interacionais da internet e não só a um tipo de uso estipulado previamente como serviços de cidadania ou de governo eletrônico. As restrições passam pelo conselho gestor ou associação de usuários locais. Inclusive é incentivada em documentos a possibilidade de produção cultural local para ser veiculada na web e a criatividade da comunidade em se apropriar do espaço.

Estas características estão presentes, de uma ou de outra forma, no modelo adotado nas cidades de São Paulo (SP), Porto Alegre (RS) e Curitiba (PR) e representam uma corrente de programa de inclusão digital no Brasil. Num primeiro movimento, pensávamos em trabalhar a pesquisa de campo nos telecentros de Porto Alegre, contudo, mudanças na condução política municipal, a partir de 2005, fizeram o projeto estagnar. O último telecentro que constava como inaugurado na página oficial do projeto foi na administração João Verle (PT).¹⁵⁴ Com a posse de José Fogaça (PPS) em 2005, aguardava-se uma continuidade da política de inclusão digital através do projeto Telecentros. Mas, até maio de 2005, ainda estavam suspensos o apoio logístico e tecnológico com o argumento de que todas as parcerias seriam revistas e auditadas. Alexandre Mesquita Siqueira, superintendente da Associação Cidadania Digital fez um balanço do problema, publicado no portal Software Livre Brasil (<http://portal.softwarelivre.org/news/4120>), em 12 de maio de 2005:

Acredito ser um erro grave da PMPA suspender o apoio dado até aqui por questões burocráticas, impedindo assim que milhares de cidadãos possam usufruir deste novo direito social. Acredito que, se for seguida a política em curso, muitos Tcs fecharão suas portas oficialmente. Na prática pela falta de manutenção e apoio mais de 10 já estão fechados e outros funcionam sem nenhum tipo de acompanhamento. Na nossa gestão, por concepção, os

154 “O 33º telecentro de Porto Alegre, o último inaugurado durante a gestão de João Verle, foi entregue à população no dia 27 de dezembro de 2004. A unidade disponibiliza acesso gratuito à internet aos 17 mil moradores do Bairro Farrapos, na Zona Norte. A maioria deles atua no mercado informal, exercendo atividades de papeleiros, carroceiros e diaristas, e poderá qualificar-se para o mercado de trabalho no ambiente informatizado.” “Vila Farrapos – o mais novo da cidade”. Telecentros - Todos os Telecentros (notícia on line), 28/12/2004 [acesso em 05/04/2006 e novamente conferido em 07/08/2007 - http://www.telecentros.com.br/default.php?reg=33&p_secao=5].

telecentros em Porto Alegre eram espaços públicos não estatais que contavam com apoio do Governo Municipal. A nova gestão tem uma visão mais estatizante e intervencionista em contradição aos conceitos de governança local (um dos conceitos do novo governo) e uma visão elitista de inclusão digital, pois quer transformar estes espaços em um mero formador de mão-de-obra barata. ([HTTP://portal.softwarelivre.org/news/4120](http://portal.softwarelivre.org/news/4120)).

Segundo levantamento de Alexandre Mesquita, nove telecentros dos 35 existentes, na época, estavam funcionando com problemas ou haviam sido fechados. A nova gestão da Prefeitura Municipal de Porto Alegre assegurara que manteria e ampliaria os telecentros, contudo pretendia regularizar todas as organizações parceiras do projeto. Há críticas quanto a essa “regularização” no sentido de um maior controle dos telecentros pelo município, mas a questão ainda não estava resolvida. No telecentro Chico Mendes, o primeiro do projeto, oito das 12 máquinas estavam paradas e os monitores estavam sem receber a bolsa. Até mesmo o telecentro Vila Farrapos estava sem internet desde janeiro de 2005, ou seja, nem começou a funcionar, porque a solução encaminhada junto à Brasil Telecom não havia sido concretizada.¹⁵⁵ Quando retornamos de Barcelona, em março de 2006, o problema de vários telecentros fechados, ou com problemas operacionais, ou sem verba para monitores ainda perdurava. Percebemos que seria difícil desenvolver em Porto Alegre a pesquisa de campo exploratória ou definitiva.

Como em São Paulo já haviam sido realizadas várias investigações sobre telecentros (ASSUMPÇÃO, 2001; GUARNIERI, 2003; JOSGRILBERG, 2005; BECKER, 2005; OLIVA, 2003; LIMA 2005),

155 Alexandre Siqueira Mesquita. “Telecentros de Porto Alegre: A Coisa Não Foi Bem Assim...” *Portal Software Livre*, Notícia 4120, Editoria: Comunidades - 24/05/2005. Disponível em: <<http://portal.softwarelivre.org/news/4120>>.

decidimos realizar a investigação em projetos de inclusão digital do município de Curitiba,¹⁵⁶ no Paraná, como forma de dar uma nova contribuição ao tema¹⁵⁷ e desenvolver uma observação sistemática e estruturada (GARCÍA FERRANDO; SANMARTÍN, 1996). A capital paranaense tinha o mérito de possuir dois projetos de inclusão digital que atendiam as premissas balizadas pelo recorte que estabelecemos sobre os tipos de telecentros.¹⁵⁸

2.4 O projeto Faróis do Saber da Prefeitura Municipal de Curitiba

O primeiro é o Projeto *Faróis do Saber*,¹⁵⁹ mantido pela Secretaria Municipal de Educação de Curitiba, dentro do projeto “Cidade do

156 Curitiba é a capital com maior população do Sul do país, segundo estimativas do IBGE em 2005, com 1.757.904 de habitantes (estimativa 01.07.2005). Teve maior número de matrículas no Ensino Fundamental (255.116 alunos) e Médio (83.149) em comparação a Porto Alegre (RS) e Florianópolis (SC). O Produto Interno Bruto de Curitiba (14 bilhões de reais) foi superior ao de Porto Alegre (13 bilhões de Reais) em 2002. (Fonte dos dados: IBGE – Cidades: < <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/>>, acesso em maio de 2006).

157 Embora não tenhamos possibilidade de inferir concretamente se o contexto das políticas públicas do município ou distinções de seu contexto afetem de forma contundente o fenômeno dos telecentros de bairro, não deixamos encerrada essa possibilidade.

158 Em Curitiba, há ainda outro projeto de Telecentros a ser mencionado: a Rede Solidária (Resol), cuja gestão é da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. Realizamos entrevista com o responsável nacional, o médico Fernando Matos, no dia 14/09/06, na sede nacional do projeto, em Curitiba. Contudo, tivemos bastante dificuldade em manter contato com os próximos telecentros do projeto, pois os telefones não correspondiam ou caíam na caixa postal.

159 São bibliotecas comunitárias que funcionam articuladas às escolas municipais, possuem um acervo de aproximadamente 5000 livros, constituindo-se em pontos de referência cultural e de lazer para a comunidade, e têm como objetivo diversificar as oportunidades de acesso ao saber, expandindo o espaço do ensino formal. São construções modulares de 88 m² com uma torre de 10 m de altura com sinal luminoso. Estas bibliotecas foram denominadas Farol do Saber, evocando a célebre Biblioteca de Alexandria, cidade que, representando um importante centro cultural e econômico, aproximou os povos e iluminou a Antiguidade com a luz

Conhecimento”, que conta com 45 telecentros instalados nos faróis e 26 mil pessoas cadastradas (2007). A proposta nasceu da instalação da primeira rede pública de internet do Brasil, a rede “Digitando o Futuro”, cujo projeto foi proposto, em 1997, e efetivamente concretizado inicialmente, em 2000, em 25 locais (Faróis) (BECKER, 2005). O Instituto Curitiba de Informática (ICI) dá assessoria tecnológica aos telecentros do Farol do Saber. Dos 46 *Faróis do Saber*, dois são localizados na região central de Curitiba, sendo que o Farol do Bosque do Alemão não tem telecentro. Os demais 44 estão localizados em regiões diagnosticadas pela Secretaria de Educação de Curitiba como mais necessitadas, em bairros da periferia da cidade, em que as pessoas não têm acesso à internet.¹⁶⁰

O telecentro fica no mezanino de cada biblioteca do *Farol do Saber* e possui um servidor Pentium IV de alto desempenho, com impressora para impressões em P&B e cores, em que são conectadas 8 estações na forma *Thin-client* (“cliente magro”), que usam a memória compartimentada do servidor. Um dos PCs fica no térreo da biblioteca para consultas por pessoas portadoras de deficiência. As estações são geralmente PCs reciclados Pentium 100 ou 233 e não possuem nenhum dispositivo (leitor/gravador de CD; disquete; entrada USB). Se o internauta necessita usar algum arquivo de CD ou disquete, necessita da intervenção do monitor. Da mesma forma, para salvar seus trabalhos ao final do seu horário de uso. Há dois tipos de *Faróis do Saber*: os anexos às escolas, num total de 37, e os localizados em praças, geralmente circundados por escolas, que correspondem a 8 Faróis. Ser um *Farol de Escola* ou de *Praça* interfere no modelo de gestão: os de escola são geridos pela própria direção da instituição de

do conhecimento. Créditos: Acervo Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo de Curitiba.

160 Entrevista realizada por Juciano Lacerda com Janice Laurindo, Deise Voi e Mara Vilotore, coordenadoras de estagiários dos Faróis do Saber, Secretaria de Educação Municipal de Curitiba, 14/09/06.

ensino. Já os de praça possuem uma *Associação de Professores, Usuários e Colaboradores* (APUC) que objetivam a integração farol-comunidade e a gestão local do uso dos recursos disponíveis. O tempo de uso é de uma hora por turno, por pessoa. Os internautas, ao fazerem o cadastro, passam a ter um endereço de *e-mail* fornecido pela prefeitura.

Não há uma política de cursos ou formação para a população local ou estudantes que frequentam o telecentro, os Faróis são pautados pelo “uso livre”. Somente, em alguns momentos, professores solicitam, previamente, horários para trabalhar com alunos. Os monitores são orientados a tirar dúvidas e auxiliar as pessoas durante o período de conexão. Essa atenção acaba gerando o efeito de “ambiente social de apoio” proposto por Warschauer (2006). Em um determinado momento, os Faróis foram obrigados a oferecer curso de *Linux* nas férias escolares. Não há um plano ou meta de ações do projeto, o que possibilitaria o atendimento a demandas distintas de acordo com a necessidade de cada comunidade, mas as comunidades podem propor seus próprios projetos.

A população começou a reclamar, e daí nesse mês de julho nós disponibilizamos cursos básicos de informática voltados para o *Linux*. Depois que esses cursos foram aplicados, nós notamos assim que ainda continuou uma reclamação e tal, mas a grande reclamação diminuiu, e também os nossos estagiários estão preparados pra qualquer dúvida, o pessoal dá uma força pra ele. E também é o seguinte, você sabe, sempre que você tem uma mudança de tecnologia, sempre vai ter um ou outro que não vão agradar. Entrevista Adalberto Serpa, ICI, Curitiba, 14/09/06].¹⁶¹

A grande tendência é individual, mas também tem grupos de projetos. Vamos dizer, de curso básico de *Linux*. Então

161 Entrevista realizada por Juciano Lacerda.

o estagiário junto com as professoras atendentes eles montam um projeto e vão desenvolvendo com a comunidade. Então, conforme vão surgindo grupos também e se vê a necessidade, criam um projeto e desenvolvem de acordo com a necessidade da comunidade. [Entrevista com Janice Laurindo, Deise Voi e Mara Vilatore, coordenadoras de estagiários dos *Faróis do Saber*, Secretaria de Educação Municipal de Curitiba, 14/09/06]

O projeto de telecentros dos *Faróis do Saber*, quando era administrado pelo *Instituto Curitiba de Informática* (ICI), possuía um site na web. Com a passagem da responsabilidade para a Secretaria Municipal de Educação, os telecentros foram incorporados ao portal *Curitiba – Cidade do Conhecimento* (www.cidadedoconhecimento.org.br). No portal, é oferecido um link para o projeto *Faróis do Saber* em que se acessa uma ferramenta de busca de livros e a localização física dos Faróis, não há nenhum tipo de dispositivo de interação ou produção coletiva de informações. O ambiente é difícil até mesmo para se procurar informação específica sobre os telecentros. Ao acessarmos o link da “Rede de Bibliotecas de Curitiba”, encontramos um submenu cujo link leva à lista de *Faróis do Saber*. Só encontramos notícias através de uma ferramenta de busca, cujos links não levavam às reportagens citadas na busca, mas à página de abertura do próprio ambiente “Cidade do Conhecimento”.

2.5 O projeto *Paranavegar* do Governo do Estado do Paraná

O segundo projeto é o *Paranavegar*, *Programa Telecentros Paranavegar* do Governo Estado do Paraná, sob a responsabilidade da SEAE (Secretaria Especial de Assuntos Estratégicos) e é operacionalizado pela CELEPAR (Companhia de Informática do Paraná). São 110 telecentros em todo o estado, principalmente em cidades com baixo *Índice de Desenvolvimento*

Humano (IDH),¹⁶² beneficiando 87 mil pessoas por mês em 97 cidades do estado.¹⁶³ O primeiro telecentro foi instalado em 14 de maio de 2003, aniversário do município de Ventania, o 10º IDH mais baixo do Paraná. Na cidade de Curitiba, há 8 telecentros do projeto *Paranavegar*.

Um dos mais recentes programas de inclusão digital através de telecentros, o *Paranavegar* é identificado pelo governo paranaense como uma das prioridades. Há um conjunto de documentos acessíveis no site do projeto (<http://www.telecentros.pr.gov.br/>), desde o esclarecimento da proposta com premissas, objetivos, defesa do software livre como política, defesa da participação efetiva da comunidade na gestão dos telecentros, programa de implantação de telecentros, política de formação de agentes locais, benefícios do programa e configurações necessárias para se montar um telecentro. De posse dessas informações, as comunidades municipais podem se oferecer como parcerias na instalação de um telecentro *Paranavegar*. Os telecentros *Paranavegar* possuem características semelhantes as dos *Faróis do Saber*. A diferença é que são 5 ou 7 máquinas conectadas ao servidor pelo sistema *Thin-client*. As configurações estão disponíveis nos mínimos detalhes, inclusive com uma perspectiva de custos. Há três tipos de telecentros como se fossem diferentes frentes de atuação para inclusão digital.

O programa Telecentros *Paranavegar* trabalha prioritariamente em três frentes que são os municípios de mais baixo IDH, os telecentros temáticos e os telecentros por parcerias. Na verdade todos eles nascem de parcerias, mas

162 A classificação dos municípios brasileiros segundo o IDH está disponível no sítio www.undp.org.br

163 Agência Estadual de Notícias. Projeto de inclusão digital vai beneficiar mais dois municípios, 04/05/2007. [Acesso em 03/07/2007 - <http://www.agenciadenoticias.pr.gov.br/modules/news/article.php?storyid=28093>].

nos telecentros de mais baixo IDH a parceria é construída com uma assistência maior da SEAE, normalmente a SEAE acaba entrando com as máquinas, com o link. Nós entramos com a capacitação e também com a didática, a escolha dos monitores, o pagamento dos estagiários. [...] E os telecentros de parceria visam cidades [...] com IDH um pouco mais elevado. E a parceira pode também entrar com algumas coisas a mais do que o fundamental, o mobiliário e o local físico. [Entrevista com Eliezer Bitterman, da Celepar, projeto *Paranavegar*, Curitiba, 15/09/06].

Os telecentros temáticos são voltados para atendimento de comunidades específicas como indígenas, portuários, pessoas com deficiência, micro e pequenas empresas, pontos turísticos, entre outros.¹⁶⁴ Há a exigência da criação de um conselho gestor com participação efetiva da comunidade através de representantes eleitos em assembleia, juntamente com representantes do Governo do Estado e demais parceiros do telecentro. O site do *Paranavegar* oferece um modelo de regimento para o conselho gestor e de ata para registrar as reuniões. O projeto *Paranavegar* se aproxima do modelo dos *Puntos Òmnia* (*Generalitat* da Catalunha) ao estabelecer três linhas para o uso do telecentro: lazer, pesquisa e trabalho.

Pode jogar on-line com uma pessoa do Japão, o que a gente acha *super*interessante, inclusive alguns telecentros estão querendo montar uma gincana a respeito disso. Fazer jogos, campeonatos de xadrez entre os telecentros ou qualquer coisa em dias a parte, com horários a parte, que não afetem o uso da população, e eles conseguem ter acesso a todos esses jogos, além daqueles joguinhos normais, que tem em sites on-line. (...)

164 Telecentros *Paranavegar*, Celepar, Julho/2003, p. 3. (documento pdf, on-line). Disponível em: <http://www.telecentros.pr.gov.br/telecentros/arquivos/File/programa_telecentro.pdf>..Acesso em: 08 fev.2006

O lazer e pesquisa são relativos. O que pra mim pode ser um lazer ler a Gazeta do Povo. Por exemplo, um jornal que dispõe a Folha do Estado de SP, que dispõe informações on-line, pra outra pessoa pode ser uma pesquisa. A pesquisa pode ser entrar no site do Mais Você da Rede Globo pra aprender a fazer uma receita de coxinha, e de repente essa pessoa vai virar um empresário da coxinha no interior, mas é uma pesquisa, tá fazendo uma pesquisa. (...)

O trabalho, digamos que uma pequena empresa, uma lanchonete que tenha no interior quer passar a fazer uma planilha da contabilidade deles. Fazer a declaração do imposto de renda, verificar a restituição do imposto de renda, recadastramento do CPF. [Entrevista com Eliezer Bitterman, da Celepar, projeto *Paranavegar*, Curitiba, 15/09/06].

A orientação para tempo de uso é de 30 minutos com possibilidade de mais 30 se o uso for para trabalho ou pesquisa. Mas o comitê gestor pode, por votação, ampliar ou diminuir o tempo e as regras. Foi o que aconteceu no telecentro Vila Real, no bairro Orleans. O conselho decidiu, por um período determinado, diminuir para 20 minutos o tempo de uso dos computadores. Os telecentros do *Paranavegar* são incentivados a estabelecer horários para oficinas como “política de qualificação na utilização”, seja para o aprendizado dos próprios programas da suíte *OpenOffice* ou outros cursos que venham a ser definidos dentro da política de gestão local. No site do projeto, estão disponíveis materiais didáticos sobre o editor *Writer* (*OpenOffice*), para manutenção de hardware e sobre internet.

2.6 O telecentro em sua complexidade como parte do mundo social

Para compreender a complexidade do ambiente midiático-comunicacional do telecentro, é preciso situar a atmosfera em que se articulam os micro-contextos que problematizamos no primeiro capítulo: a concretude

das experiências historicamente situadas do projeto *Paranavegar* e *Faróis do Saber* ou das relações midiático-digitais com o cotidiano e a cultura midiática dos internautas. As entrevistas com administradores dos projetos *Paranavegar* e *Faróis do Saber*¹⁶⁵ e os documentos analisados destacam a *tendência mundial* em que estão inseridos os projetos de telecentros, seja no aspecto de políticas de combate a “exclusão digital”, seja na defesa de modelos ou concepções tecnológicas de caráter “livre” (*open source*), ou de código “proprietário” (com patentes e *copyright*), ambos os debates ultrapassam as fronteiras nacionais.

A outra necessidade foi também fazer com que o projeto fosse, a plataforma fosse, software livre. Porque é uma tendência mundial, e como o projeto atende uma boa parcela da população da comunidade, isso ajudaria também não só na divulgação do projeto, mas a finalidade do projeto [Entrevista Adalberto Serpa, ICI, Curitiba, 14/09/06].

É consenso mundial que a exclusão digital aprofunda a exclusão socioeconômica, e o Governo do Estado do Paraná reconhece não só que a toda a população deve ter garantido o direito de acesso ao mundo digital como também que a inclusão digital deve ser uma política pública articulada e integrada entre as esferas federal, estadual e municipal.¹⁶⁶

Portanto, é limitada a compreensão dos ambientes midiático-digitais dos telecentros e os processos de usos e apropriações pelos internautas, se os tomarmos isoladamente, se não situarmos os contextos a que estão

165 Realizadas em setembro de 2006, na cidade de Curitiba.

166 CELEPAR. *Programa Telecentros*. *Telecentros Paranavegar*: Documentos. Junho de 2003, 6 p. (Documento pdf). Disponível em: <<http://www.telecentros.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=9>>.

relacionados. É o que propõe Milton Santos, inspirado em autores como Baudrillard e Abraham Moles, ao tratar dos objetos técnicos: de que não podem ser vistos isoladamente, mas em uma relação entre elementos que compõem uma cadeia. Dar conta assim da “vida sistêmica dos objetos” (SANTOS, 2002, p. 71). Tomamos aqui a noção de *relação* proposta por Gregory Bateson (1998). Para ele, tanto os processos de indução como de dedução ganham um novo sentido, quando se levam em conta as *relações entre os dados*.

Un fonema existe como tal sólo en combinación con otros fonemas que constituyen una palabra. La palabra es el *contexto* del fonema. Pero la palabra sólo existe como tal – sólo tiene “significado” – dentro del contexto de la elocución, la que sólo tiene sentido, a su vez, en una relación (BATESON, 1998, p.432).

Se analogicamente *a palavra só existe como tal*, só tem *significado*, dentro do *contexto da elocução*, poderíamos afirmar que a compreensão dos projetos de telecentro como fenômeno midiático-digital se dá na relação com seus contextos político-econômicos.¹⁶⁷ Em suma, partir para a tentativa de uma compreensão macro dos contextos que os enquadram (*frame*) formando *relações em circuito* (BATESON, 1998, p.516), que envolvem distintas concepções de *sociedade da informação*. Ou seja, é necessário problematizar a transnacionalidade dos telecentros, situando os programas de telecentros, na medida do possível, em diferentes estratégias de inclusão de sociedades nacionais no paradigma da *Sociedade da Informação*.

167 Compreender o midiático como processo na experiência digital nos telecentros, “implica um reconhecimento de que ele é fundamentalmente político ou talvez, mais estritamente, politicamente econômico” (SILVERSTONE, 2002, p.17).

A questão transnacional representa a nova fase do desenvolvimento do capitalismo, na qual o campo da comunicação é parte decisiva (MARTÍN-BARBERO, 2001a). Configura-se não mais como a imposição de um modelo econômico, mas um salto para a internacionalização de um modelo político difuso, inter-relacionado e interpenetrado, ou seja, complexo, que coloca a ideia de Nação – logo os países que tentam se contrapor e se defender linearmente com um discurso nacionalista – em um foco de contradições e conflitos inéditos. “Como a transnacionalização opera principalmente no campo das tecnologias de comunicação – satélites, telemática – é no campo da comunicação que a questão nacional encontra seu ponto de fusão” (MARTÍN-BARBERO, 2001a, p. 295). A discussão da transnacionalização se torna pertinente e necessária, em nossa proposta de produção de conhecimento sobre os modelos de telecentros como para os demais processos midiáticos, em três aspectos.

Primeiro, nas microrrelações sob o aspecto dos próprios objetos técnicos e suas formas de produção, circulação e reconhecimento, que estão atravessados pelas tecnologias digitais de transmissão e recuperação de dados, aliados a poderosas interfaces gráficas de representação. Segundo, do ponto de vista macro do contexto social, político e econômico: a própria criação de grandes oligopólios comunicacionais de amplitude mundial com a fusão entre grandes redes de televisão e rádio com empresas de cinema, música e internet, a exemplo da *AOL-Time-Warner Co.*, tendo como uma de suas repercussões a não distinção, ou a fusão, entre informação e entretenimento. É preciso situar também os aspectos relacionados aos processos culturais de identidade; ao local em tensão com o transnacional caracterizado pelos movimentos de territorialização/desterritorialização e aos modelos hegemônicos que podem representar os programas de inclusão digital, se fundamentado somente em lógicas tecnológicas transnacionais. Sob o ponto de vista dos governos e do poder econômico, o marco que constituiu a criação dos telecentros foi

a necessidade de integrar as periferias dos países “em desenvolvimento” e os próprios países periféricos ao sistema global de informação como condição necessária para o desenvolvimento destes. Noutra linha de pensamento, estão organizações da sociedade civil como a *World Association for Christian Communication* (WACC) de Londres, a *Agência Latino-americana de Informação* (ALAI) de Quito e a *Associação Mundial de Rádios Comunitárias* (AMARC) de Montreal, que juntamente com outros agentes sociais que compõem a *Plataforma pelo Direito à Comunicação* (grupo que aglutina ONGs de diversos países que atuam no campo da mídia e comunicação) lançaram a *Campanha CRIS (Communication Rights in the Information Society)*. Para estas organizações, mais do que uma necessidade, os telecentros e todo um conjunto de discussões sobre tecnologias e controle da informação devem ser vistos como parte do direito à comunicação.

Entre a necessidade e o direito ao acesso às tecnologias da informação e da comunicação, há diversos matizes.¹⁶⁸ Não cabe aqui descrever cada um deles, mas discutir a percepção sobre a linha tomada por diversas organizações sociais que, mesmo em termos de promover a cidadania e a “inclusão digital” em sentido lato, mais do que construir uma “consciência crítica”, pretendem “integrar à hegemonia os grupos potencialmente capazes de resistir a ela” (FRAGOSO, 2004, p. 10). Suely Fragoso aponta que existem grupos que atuam na perspectiva da contra-hegemonia, mas, para além desta dicotomia, coloca que a lógica dos produtos e suas interfaces são frutos do processo hegemônico e trazem essa carga consigo. Assim, tornar-se-ia limitada a política de “trazer para a rede” os grupos minoritários e periféricos, seja no âmbito da necessidade ou do direito, do ponto

168 Suely Fragoso (2004) aponta os diversos níveis em que se manifesta a chamada “brecha digital” (digital divide).

de vista hegemônico ou contra-hegemônico, quando não se leva em conta que

as afinidades e divergências culturais em relação aos conjuntos de valores incorporados nas tecnologias digitais condicionam significativamente não apenas as formas de apropriação daquelas, mas o próprio *desejo e interesse* [grifo do autor] dos diferentes agrupamentos socioculturais pela utilização das redes digitais de comunicação”. (FRAGOSO, 2004, p. 12).

Ou seja, não se leva em conta que há distinções entre a lógica dos produtores de tecnologias e as lógicas dos grupos minoritários ou excluídos. Assim, muitas políticas de inclusão digital acabam representando ações de *imposição cultural* (ROSZAK, 1988; SCHAFF, 1995; DYSON, 2001; WARSCHAUER, 2006), norteadas por uma “política bipolar”, em que recusas ou apropriações desviantes são vistas como “fracasso” (FRAGOSO, 2004). E podemos ver isso tanto do lado das políticas governamentais, como também em ações das organizações da sociedade civil (WARSCHAUER, 2006).

Um caminho apontado por Fragoso seria a revisão das políticas internacionais de inclusão digital, para que trilhassem uma perspectiva multicultural e pré-dispostas para potenciais processos de hibridização (FRAGOSO, 2004, p.15).¹⁶⁹ E aqui acrescentamos que tal perspectiva não poderia ser entendida como assimilação ou aculturação, mas na perspectiva de García Canclini, de *mestiçagem*, sem essa preocupação de buscar a autenticidade ou fronteiras bem definidas de uma noção hoje ultrapas-

169 A autora parte das hipóteses formuladas por Krysztofek (2003) sobre as possíveis reações de culturas pré-estabelecidas à “invasão” por elementos de uma cultura “globalizada”. (FRAGOSO, 2004, p. 15).

sada de identidade.¹⁷⁰ Ou seja, perceber a inclusão digital numa linha em que “interações multiculturais estão fadadas a modificar valores de todos os grupos em contato, não apenas daqueles considerados ‘mais fracos’ ou ‘menos desenvolvidos’” (FRAGOSO, 2004, p.15). A questão é que certos gestores fazem na mídia uma projeção para os telecentros como se eles fossem a condição suficiente, por exemplo, para erradicar a criminalidade e a miséria, gerando cidadania e participação. Na reportagem de *O Globo*,¹⁷¹ as fontes oficiais questionam o uso dos telecentros como salas de informática. Sérgio Amadeu, presidente do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI), afirma:

Um projeto de inclusão digital não é apenas dar acesso a um aparelho com processamento eletrônico, é dar condições a uma comunidade de ter mais autonomia na sociedade dita da informação. Acredito na tecnologia da informação para combater a miséria e a pobreza. (SILVEIRA, 2003).

2.7 Políticas de telecentros: proposições no contexto da América Latina

Partimos da premissa de que, na América Latina, há no mínimo modelos em conflito,¹⁷² o que acena para a importância de compreender os

170 Leitura de Rodrigo Hasbaert (2002, p.46) sobre Culturas Híbridas, de Nestor García Canclini.

171 Acessada em 17/10/2005 no boletim digital *Clipping do Dia*, Epcom - Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação, 02/06/2004, site do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação [www.fncc.org.br].

172 Conflito entre interesses em democratizar, dar autonomia, respeitar culturas e práticas locais e tecnologias abertas o que geraria diferentes práticas de sociedade da informação ou a possibilidade de estabelecer ingerência no controle das populações locais, tecnologias de código

diferentes processos num quadro que também põe em interação as realidades como a Espanha, que participa do modelo da Comunidade Europeia, mas mantém constante interação com projetos de cooperação ibero-americana (PEIRÓ RUBIO, 2006; DI MEGLIO; OREGIONI, 2006; HUNT, 2001).¹⁷³ Não nos propomos a fazer uma cartografia detalhada dos projetos de telecentros ibero-americanos, nem tampouco oferecer um quadro comparativo exaustivo com o número de telecentros de cada programa, uma vez que, ao final, sempre *devem ser vistos como uma indicação grosseira* (MENO, DEGADILLO POEPSEL, STOLL, 2004, p. 46) e passageira, pois os números são instáveis em termos tanto de abertura de novos telecentros, como de fechamento, ou problema de funcionamento de outros, além do que muitos países apontam em suas estatísticas números que contêm telecentros existentes e previstos. Pretendemos, sim, apontar determinadas perspectivas políticas e dados que ajudem a compreender as características brasileiras e, ao mesmo tempo, situar o quadro contextual onde se encontram os projetos *Paranavegar* e *Faróis do Saber*.

Há vários aspectos problemáticos nas diferentes políticas de telecentros de acesso público gratuito em relação ao modelo de *Sociedade da Informação*. Buscamos identificar dados sobre o Brasil, para então fazer relações com a linha ibero-americana e organismos transnacionais responsáveis pela discussão e implementação da *Sociedade da Informação*, a exemplo da UIT – *União Internacional de Comunicação* (ITU em inglês), organismo da ONU. A UIT, além dos países, tem entre seus membros

proprietário, modelos universalizantes determinados por organismos internacionais (DI MEGLIO; OREGIONI, 2006; PASQUALI, 2005; TREMBLAY, 2005; HAMELINK, 2005; MCIVER JR., 2005).

173 Red Iberoamericana para la Cooperación Tecnológica [<http://cooperacion.nccextremadura.net/>]; Portal de Cooperação Europa/América Latina sobre a *Sociedade da Informação* [<http://www.alis-online.org/>]; APC – La Asociación para el Progreso de las Comunicaciones [<http://www.apc.org/espanol/about/history/index.shtml>].

multinacionais como Microsoft, Cisco e grandes grupos de telecomunicações (PASQUALI, 2005). Em relatório produzido pela *Força Tarefa para Tecnologias da Informação e Comunicação das Nações Unidas* (*United Nations ICT Task Force*), é possível identificar que organizações multilaterais estão na atual linha de frente no incentivo e na medição dos avanços do *Programa de Sociedade da Informação Global* para os países da América Latina e demais regiões em desenvolvimento. São eles: a *International Telecommunication Union* (ITU, UIT em português), a *Organisation for Economic Co-Operation and Development* (OECD, a OCDE), *Eurostat*, a *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), a UN ICT Task Force, as quatro comissões regionais das Nações Unidas (UNECA, UNECLAC, UNESCAP e UNESCWA), o *Instituto de Estatísticas da UNESCO* (UIS) e o *World Bank* (Banco Mundial) (UN ICT TASK FORCE, 2005). É necessário identificar que tipo de objetivos persegue um país latino-americano ao entrar na *Sociedade da Informação*. E se haveria distinções entre a década de 90, marcadamente de entrada neoliberal e os anos seguintes, do novo século, em que vimos despontar na América Latina governos que tentaram se contrapor à lógica neoliberal, mas sem sair totalmente de sua lógica.

Esto nos lleva a preguntarnos si en el proyecto neoliberal de país que se implementa en Argentina en la década del noventa, se tiene en cuenta una política destinada a incorporar los cimientos de la sociedad de la información en los diferentes sectores sociales, o simplemente se pretende abrir mercados, para las empresas multinacionales de tecnología. (DI MEGLIO; OREGIONI, 2006, p. 5).

Este questionamento de Fernanda Di Meglio e Soledad Oregioni pode ser estendido à América Latina, se tomamos como ponto de partida os resultados da Conferência Regional Ministerial de América Latina

e Caribe sobre *Sociedade da Informação*, realizada no Rio de Janeiro, em junho de 2005, preparatória para a segunda fase da Cúpula Mundial sobre a Sociedade de Informação (CMSI), que viria a acontecer em Túnis. A Cúpula do Rio produziu um documento chamado de “Compromisso de Rio de Janeiro” e um “Plano de Ação sobre a *Sociedade da Informação da América Latina e Caribe*”, o *eLAC 2007*, assinado por 33 países. Estas foram as proposições defendidas pelos representantes governamentais da América Latina em Tunis. Da mesma forma que em Genebra 2003, na primeira parte da CSMI, as organizações da sociedade civil produziram um documento paralelo, a “Declaração do Hotel Glória”. No *Compromisso do Rio* (CRSI-RIO, 2005), 33 proposições dão o tom de que as tecnologias da informação e da comunicação não são “um fim em si mesmo”, mas “instrumento” para, praticamente, desenvolver qualquer coisa: economia, saúde, educação, emprego, produção de conhecimento, minorias, igualdade de gêneros, redução da mortalidade infantil. Reforçam a cooperação entre os países, em torno das tecnologias da informação e da comunicação, pois elas têm o potencial para “la creación de un mundo más pacífico, justo y próspero” (CRSI-RIO, 2005). Os participantes da *Conferência nacional do Rio de Janeiro* que assinaram a “Declaração do Hotel Glória” propuseram no documento alternativo, entre outros aspectos,

que as discussões sobre a *Sociedade da Informação* não se restrinjam a aspectos tecnológicos ou organizacionais contemporâneos e sim que abranjam a verdadeira dimensão política, envolvendo os que possuem e os que não possuem recursos para enfrentar o desafio de construir uma sociedade mais eqüitativa e humana, com ênfase na cidadania, tendo em vista a construção da Sociedade do Conhecimento (PEREGRINO...et al, 2005).

O *eLAC 2007*, programa de *Sociedade da Informação* para a América Latina, é um conjunto de 30 metas, propostas para serem realizadas entre 2005 e 2007, em comum acordo com as determinações da *União Internacional de Comunicação* (UIT), e tem como grandes apoiadores a *Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe* (CEPAL), órgão das Nações Unidas, juntamente com o projeto *@LIS, Programa de Cooperação da Comissão Europeia com a América Latina para a Sociedade da Informação*, e o *Instituto de Conectividade das Américas* ICA-IDRC, instituição pertencente ao *The International Development Research Centre* (IDRC) do governo canadense. Os parceiros do ICA, além do IDRC, são o governo do Canadá, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), a Organização dos Estados Americanos (OEA) e o Banco Mundial. No quadriênio 2002-2005, o programa *@LIS* investiu 85 milhões de euros na América Latina. Foram financiados projetos em cinco linhas de ação: a) política e regulamentação das tecnologias da informação e governo eletrônico, b) aprimoramento da integração da América Latina na *Sociedade da Informação* Global, c) interação entre comunidades de pesquisa, d) parcerias para transferência de conhecimentos e intercâmbio entre legisladores sobre telecomunicações na América Latina, e) realização de cerca de 20 projetos piloto em quatro áreas: administração local, educação e diversidade cultural, saúde pública e inclusão digital.¹⁷⁴ A CEPAL coordena a plataforma digital do acordo regional que representa o *eLAC* e o anuncia mais como um sistema de monitoramento do que um conjunto de declarações de boa vontade ou com caráter meramente político. O eixo se concentra mais numa abertura dos governos a um caráter de parceria público-privada.

174 REDE NACIONAL DE ENSINO E PESQUISA. Europa apresenta programa de cooperação com a América Latina para a *Sociedade da Informação*. *Notícias RNP*, 03/05/2002, disponível em [<http://www.rnp.br/noticias/2002/not-020503.html>], acesso em 10/10/2007.

Los gobiernos mantienen el liderazgo en el proceso de elaborar y aplicar las políticas públicas, pero facilitan la participación de nuevos actores independientes del Estado, como la empresa privada, la sociedad civil, el mundo académico y los organismos internacionales.¹⁷⁵

No conjunto das proposições do *eLAC 2007*, há pontos importantes como o incentivo à criação de novos “centros comunitários” de acesso à internet e a necessidade de apoiar iniciativas midiáticas locais, em projetos que combinem o uso de meios de comunicação tradicionais e as novas tecnologias para ampliar o uso da língua local e a preservação do patrimônio cultural local. A CEPAL acredita que o acesso coletivo às tecnologias de informação e comunicação é um fenômeno com maior força na América Latina do que no mundo desenvolvido, e que os “centros de acesso público às tecnologias de informação e comunicação” (CAPT) seriam o modo mais rápido de fomentar o acesso universal na região (MAESO; HILBERT, 2006, p.10). Contudo, as perspectivas da CEPAL apontam para um contínuo aumento da participação privada em iniciativas públicas. Há o risco de o interesse privado prevalecer sobre o interesse público, na medida em que determinadas ações como telecentros gratuitos possam perder espaço para experiências privadas de acesso à internet, seja com fins comerciais (lucro) ou objetivos sociais (sem fins de lucro). Na Argentina, há uma grande oferta de cibercafés e o fortalecimento do sistema de franquias de “locutórios” das companhias telefônicas *Telecom* e *Telefónica*. Até 2004, havia 20 mil cibercafés e locutórios privados com fins comerciais e somente 646 telecentros privados com objetivos sociais. O valor da conexão em banda larga nos locutórios comerciais girava em

175 CEPAL. Hacia un Plan de Acción Regional renovado, eLAC2010. *eLAC – Programa Sociedad de la Información*, Disponível em: <<http://www.cepal.org/socinfo/elac/>>. Acesso em: 10 jan. 2008.

torno de US\$ 0,35 (MAESO; HILBERT, 2006, p.24 e 64). No México, a situação era ainda mais acentuada em 2004, com 50 mil telecentros privados com objetivos comerciais (cibercafés) contra somente 51 espaços privados com objetivos sociais (MAESO; HILBERT, 2006, p. 24).

Organizada pela UIT, a Cúpula Mundial da *Sociedade da Informação*, em sua primeira fase, realizada em Genebra (2003), produziu dois documentos oficiais. O primeiro, uma declaração de princípios com 67 artigos, aponta como pilares para o progresso humano a educação, o conhecimento, a informação e as comunicações, além de destacar a necessidade do *acesso universal* às tecnologias da informação e da comunicação (NAZARENO...et al, 2006, p.19). O segundo documento é um plano de ação com metas até 2015 para se chegar a 50% da população mundial com acesso às TICs, com implantação em universidades, bibliotecas e órgãos governamentais, além de mudanças nos currículos para se adaptarem às novas tecnologias, com ênfase no ensino médio e fundamental, e incentivo de indústrias nacionais com produção local de conteúdo e possibilidade de que toda a população tenha acesso aos meios de comunicação, principalmente rádio e TV. Também foi prevista a criação de um *Programa de Solidariedade Digital* para ajudar os países com maiores dificuldades para entrar na *Sociedade da Informação*, mas sem se deter em como realizar essa meta (NAZARENO...et al, 2006, p.19-20). Um dos aspectos destacados foi a necessidade de formulação de estratégias nacionais de Tecnologias da Informação e Comunicação como parte integrante de planos de desenvolvimento nacionais (NAZARENO...et al, 2006, p. 20). A segunda fase, realizada em 2005 em Túnis, somente corroborou o plano já elaborado, mas não avançou quanto ao modelo de financiamento do *Programa de Solidariedade Digital*. Outro aspecto marcante foi a discussão sobre a *Governança da Internet*, em que teve participação importante o Brasil, que se posicionou contra a permanência da ICANN (*Internet Corporation of*

Assigned Names and Numbers) no controle da administração dos domínios da internet (NAZARENO...*et al*, 2006, p. 22-23)

Por mais que o rol de boas intenções das declarações de princípios denote que o modelo de *Sociedade da Informação* é vital e necessário para a América Latina e todos os povos do mundo, o motor principal é a economia. O interesse em aumentar a capacidade produtiva e de consumo, de baratear custos de produção aparece antes mesmos de objetivos educacionais e culturais, sociais e políticos. E o modelo de representação são os Estados Unidos, a União Europeia e o Japão.

El desarrollo económico puede ser uno de los principios rectores de la sociedad de la información. Por una parte, los estratos de infraestructura y servicios genéricos están compuestos por industrias dinámicas y de crecimiento rápido. Algunos países de la región (como Costa Rica) han alcanzado altas tasas de crecimiento al emprender actividades de producción y exportación en este rubro. Sin embargo, y hasta la fecha, las comunicaciones, los equipos, las computadoras y las manufacturas para oficinas sólo constituyen un escaso 1,5% del producto interno bruto de la región. Por lo tanto, el principal centro de interés no es tanto la producción de estos equipos sino su uso. Numerosos estudios provenientes de Norteamérica, Europa y Japón indican que, al combinarse una serie de factores (tales como los bajos costos de transacción, la reducción de las asimetrías de la información, el acceso a mercados nuevos y a cadenas de suministros, entre otros), la digitalización de los flujos de información y los mecanismos de comunicación en la economía pueden tener un fuerte impacto positivo en la productividad. (CEPAL, 2003, p. 17-18).

O relatório *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*, da CEPAL (2003), é mais que elucidativo:

“Además de los potenciales objetivos económicos, las nuevas tecnologías también pueden utilizarse para alcanzar metas de desarrollo social” (CEPAL, 2003, p. 18). O relatório reconhece que o debate atual sobre a transição para a sociedade da informação tem como base um modelo cristalizado proveniente dos países desenvolvidos e que não consegue corresponder às necessidades da realidade regional (CEPAL, 2003, p. 21). O resultado disso é que as estratégias e prioridades dos países latino-americanos, iniciadas a partir de 1998, dentro das políticas da UIT de privatização e criação de fundos de universalização das telecomunicações, os temas de infraestrutura de tecnologias da informação e comunicação e governo eletrônico são preponderantes. Dos 12 países¹⁷⁶ analisados, a infraestrutura aparece 7 vezes como prioridade e o governo eletrônico é citado 12 vezes (VILLATORO; SILVA, 2005, p. 16-17). Na definição das áreas de ação, o levantamento feito sobre dados de 13 países da América Latina,¹⁷⁷ modernizar estruturas de TICs e o acesso universal aparecem 11 vezes, seguido do desenvolvimento de serviços de governo eletrônico (10 vezes) e do desenvolvimento do comércio eletrônico e da promoção do desenvolvimento produtivo e empresarial (10) vezes. Já a formação de recursos humanos qualificados e o investimento em investigação e desenvolvimento aplicado às TICs mereceram somente sete menções (VILLATORO; SILVA, 2005, p. 17-18). Em sete países, ocorre o tema da prioridade aos serviços sociais e, curiosamente,

es destacable el caso de Brasil, que es el único país que considera explícitamente el uso de las TIC como

176 Argentina, Brasil, Chile, Bolívia, Colômbia, Ecuador, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Venezuela, Jamaica, México e Peru.

177 Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Ecuador, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Venezuela, Jamaica, México, Peru e Panamá.

un instrumento de educación para la sociedad de la información, fomentando el desarrollo de contenidos pertinentes a las realidades locales y procurando la preservación de las identidades culturales. (VILLATORO; SILVA, 2005 p.19).

Ou seja, o tema da educação e produção de conteúdo local, além da preservação das identidades culturais, aspectos que estavam no “Compromisso de Rio” (2005) e na carta de princípios da WSIS (Genebra, 2003; Tunis, 2005) só são citados, em toda as formulações de áreas de ação, pelo Brasil. Outra tendência em que o Brasil se diferencia na América Latina diz respeito ao incentivo aos telecentros de acesso público e gratuito. Enquanto que no restante da América Latina, um dos objetivos do Plano de Ação eLAC 2007, que trata da qualidade dos telecentros e sua sustentabilidade, é identificado com as iniciativas privadas comerciais, no Brasil havia um maior foco em telecentros ligados a projetos governamentais, seja no nível municipal, estadual ou federal (VILLATORO; SILVA, 2005, p.24). Em 2004, o Peru (14.979 telecentros privados), a Argentina (20.646) e o México (50.051) lideravam em número de telecentros ligados à iniciativa privada (locutórios, cibercafés, *lan houses*), já no Brasil, os pesquisadores da CEPAL só haviam conseguido levantar dados sobre 1.178 telecentros privados (VILLATORO; SILVA, 2005, p. 24).¹⁷⁸ Já no âmbito dos telecentros de iniciativa governamental, o Brasil em 2004 assinalava no levantamento da CEPAL 9.976 centros, enquanto que a Argentina registrava somente 21 e o Peru, 1.144. Vale destacar os

178 Assim como em outras pesquisas da CEPAL, o organismo tem grande dificuldade de obter dados de fontes primárias, no Brasil, fora do âmbito governamental. Como somente em 2007 o IBICT (Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia) conseguiu realizar o Mapa da Inclusão Digital do Brasil, com dados de telecentros governamentais e privados, é que esse cenário poderá mudar. Trataremos desses dados mais atuais a seguir.

dados do Equador com 7.729 telecentros de iniciativa governamental e a Colômbia, com 5.142. (VILLATORO; SILVA, 2005, p. 23).¹⁷⁹

2.8 Inclusão digital: universalização e penetração na América Latina

De acordo com pesquisa do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), há no Brasil 16.722 *pontos de inclusão digital* (PID), entre telecentros e salas de informática.¹⁸⁰ Os dados apontam um crescimento de 40% em relação a 2005.¹⁸¹ O *Mapa da Inclusão Digital* do IBICT detectou 108 projetos no país, em cerca de 3 mil municípios brasileiros, em ações dos governos federal, estaduais, municipais e terceiro setor, sendo que 60% dos *pontos de inclusão digital* são financiados pelo governo federal.¹⁸² A base que a pesquisa do Comitê Gestor da Internet

179 Quanto aos dados governamentais, a Argentina apresentou resultado pífio pelo fato de haver no período uma pulverização das iniciativas governamentais em termos de telecentros e não ter um mecanismo de sistematização dos dados.

180 Os PIDs, segundo a classificação do IBICT, são locais de acesso público gratuito à internet, como telecentros e salas de informática. IBICT. *IBICT divulga Mapa da Inclusão Digital no Brasil*. Notícias, [http://www.IBICT.br/noticia.php?id=387] Acesso 4/05/07.

181 “Segundo pesquisa da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), em 2005, existiam no país cerca de 12 mil pontos”, relata Yara Aquino. AQUINO, Yara. *Aumenta o número de pontos gratuitos de acesso à Internet*. Agência Brasil – Inclusão Digital. In: Observatório do Direito à Comunicação (portal web), 04 de maio de 2007. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=447> Acesso em: 04 maio 2007.

182 Um problema aqui é a terminologia, pois uma sala de informática, necessariamente não está conectada à rede mundial de computadores, limitando seu uso ao aprendizado de programas informáticos. Somente na próxima fase da pesquisa o IBICT irá aprofundar as características como número de computadores, qualidade dos serviços, conectividade etc. A partir daqui retomaremos a definição telecentros e tomaremos os dados em seu conjunto para a problematização.

do Brasil (CGIBR) usou para calcular o número de brasileiros que nunca usaram computador (54,35% da população) em 2006 e das que nunca tiveram contato com a internet (66,68%) foi a projeção populacional de 153 milhões de habitantes com 10 anos ou mais de idade, segundo estimativa realizada com base na PNAD 2005.¹⁸³ Se fizermos a proporção desta projeção sobre o número de telecentros, teremos 1 telecentro para cada 9.149 brasileiros com dez anos ou mais. Se tomarmos a projeção da população brasileira da *Internet World Stats* (186.771.161 habitantes),¹⁸⁴ teremos 1 telecentro para cada 11.169 habitantes. O modelo de telecentros (*infocentros*, no Chile) chileno é desenvolvido pelo governo federal em parceria com governos locais e terceiro setor, mas também com organizações privadas. A *Red Nacional de Infocentros del Gobierno de Chile*¹⁸⁵ anuncia na página de entrada do programa *Conectando@Chile* que há 730 “infocentros” em todo o país (dados de maio de 2007). Confrontando esse número com a população do Chile segundo o IWS, que é de 15.818.840 habitantes, teremos 1 telecentro para cada 21.669 habitantes.

Dentro do pacote de políticas de privatização incentivadas pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), na década de 90, a organização orientou países da América Latina no processo de construção de fundos de universalização das telecomunicações (LIMA, 2001, p.122-129). No Brasil, o fundo é financiado por 1% do faturamento das operadoras, mas

183 TIC Domicílios e Usuários 2006 – Cetic/CGIBR. Disponível em: < [http://www.cetic.br/usuarios/tic/2006/rel-int-02.htm]>. Acesso em: 10 abr. 2007.

184 A *Internet World Stats* produz estatísticas sobre a presença da internet no mundo, segundo o número de habitantes, e está referendada no *Observatory on the Information Society*, da Unesco [http://www.unesco.org/cgi-bin/webworld/portal_observatory/cgi/page.cgi?-d=1&g=Measuring_the_Information_Society/Statistics/index.shtml]. Sobre Américas, por exemplo, ver: <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>. Acesso em: maio 2007.

185 Acesse o site oficial do programa *Conectando@Chile* em http://www.infocentros.gob.cl/coni/red/inf_index.htm

se restringe à universalização da telefonia.¹⁸⁶ A lei que o criou foi discutida a partir de 1996, mas só foi aprovada em 1998, sendo regulamentado em 2000. O *Fondo Fiduciário del Acceso Universal* (FFSU), da Argentina, foi determinado em 2000, mas ainda não foi implementado. Ele prevê a expansão da telefonia e, em segundo lugar, da internet. E o *Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones* (FDT), do Chile, foi criado e implementado ainda em 1994 e se destina à universalização da telefonia e da internet. Na América Latina, somente Honduras não possui um fundo e, o Paraguai, ainda não possui um marco regulatório.¹⁸⁷ O Peru (*las Cabinas*) e a Argentina (locutórios) deram um grande incentivo à criação de telecentros diretamente pela iniciativa privada, além do apoio às ONGs, como política de inclusão digital acompanhada por organismos nacionais (DI MEGLIO; OREGIONI, 2006). No Chile, o projeto de telecentros nacional articulado em várias frentes, embora com um número pequeno de telecentros em termos absolutos, foi destinado principalmente a áreas de difícil acesso. E, nas demais áreas, ocorreu principalmente o incentivo da expansão da conectividade nos domicílios.¹⁸⁸ Isso explica, de certa forma, a boa classificação da penetração da internet no Chile (Tabela 8), ou seja, há uma alta proporção de computadores por pessoa em relação aos demais países da América Latina. O Chile é um dos países com maior penetração da internet, correspondente a 42,4% da população, mas por suas dimensões só representa 9,9%

186 FUST (Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações). Como está voltado para a telefonia, o governo encontra no momento barreiras jurídicas para aplicá-lo na compra de computadores e ampliação de projetos de telecentros. Estuda-se mudar a lei para que a universalização seja também de banda larga para internet e não só linhas telefônicas discadas.

187 UIT. *Acceso universal en Latinoamérica: situación y desafíos*. 2006 (documento em pdf) [http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/Acceso_universal_2006.pdf]

188 Gobierno de Chile. *Sistematización de la información del proceso de implementación de telecentros comunitarios en Chile*, 2005 (doc. pdf) [http://www.infocentros.gob.cl/coni/Descargables/Sistematizacion_Infocentros_Chile_2005.pdf]

dos internautas da América do Sul. Por suas proporções continentais, o Brasil desponta com 47,4% dos internautas sul-americanos, mas esse total só representa uma penetração de 17,2 % do total da população brasileira. A Argentina representa o segundo maior contingente sul-americano de pessoas conectadas (19,2%) com o dobro da penetração em relação ao Brasil: 34%. Contudo, é preciso ressaltar que entre os países com população acima de 1 milhão de habitantes, temos o segundo maior crescimento do uso entre 2000 e 2007, com 542,6%, abaixo somente do Uruguai com seus impressionantes 900%. Parece haver uma certa estabilidade no crescimento do Chile, cuja taxa é de 281,2%, abaixo da média sul-americana.

Tabela 8 – A internet na América do Sul

Penetração da internet na América do Sul					
AMÉRICA DO SUL	População (Est. 2007)	Usuários de internet até o momento	% População (Penetração)	% Usuários na A. S.	Crescimento do uso (2000-2007)
Argentina	38,237,770	13,000,000	34.0 %	19.2 %	420.0 %
Bolívia	9,492,607	480,000	5.1 %	0.7 %	300.0 %
Brasil	186,771,161	32,130,000	17.2 %	47.4 %	542.6 %
Chile	15,818,840	6,700,000	42.4 %	9.9 %	281.2 %
Colômbia	42,504,835	5,475,000	12.9 %	8.1 %	523.6 %
Equador	12,090,804	968,000	8.0 %	1.4 %	437.8 %
Ilhas Malvinas	2,736	1,900	69.4 %	0.0 %	n/a %
Guiana (FR)	204,932	42,000	20.5 %	0.1 %	2,000.0 %
Guiana	886,113	160,000	18.1 %	0.2 %	5,233.3 %
Paraguai	5,745,610	200,000	3.5 %	0.3 %	900.0 %
Peru	28,920,965	4,600,000	15.9 %	6.8 %	84.0 %
Suriname	505,973	32,000	6.3 %	0.0 %	173.5 %
Uruguai	3,271,771	668,000	20.4 %	1.0 %	80.5 %
Venezuela	25,771,806	3,308,400	12.8 %	4.9 %	248.3 %
TOTAL	370,225,923	67,765,300	18.3 %	100.0 %	374.1 %

Fonte - Internet Usage Statistics for the Américas. Internet World Stats, 2007 <http://www.internetworldstats.com/stats2>

Tabela 9 – Penetração da Internet na América Central

Penetração da Internet na América Central						
AMÉRICA CENTRAL	População (2007 Est.)	% Pop. A. C.	Usuários de internet até o momento	% População (Penetração)	% Usuários na A. C.	Crescimento do uso (2000-2007)
Belize	312,233	0.2 %	38,000	12.2 %	0.2 %	153.3 %
Costa Rica	4,504,013	3.1 %	922,500	20.5 %	3.9 %	269.0 %
El Salvador	6,672,218	4.5 %	637,100	9.5 %	2.7 %	1,492.8 %
Guatemala	13,110,745	8.9 %	1,000,000	7.6 %	4.3 %	1,438.5 %
Honduras	6,827,496	4.7 %	260,000	3.8 %	1.1 %	550.0 %
México	106,457,446	72.5 %	20,200,000	19.0 %	86.3 %	644.7 %
Nicarágua	5,701,141	3.9 %	140,000	2.5 %	0.6 %	180.0 %
Panamá	3,172,537	2.2 %	206,200	6.5 %	0.9 %	358.2 %
TOTAL A. C.	146,757,829	100.0 %	23,403,800	15,9 %	100.0 %	627.4 %

Fonte - Internet Usage Statistics for the Americas. Internet World Stats, 2007 [<http://www.internetworldstats.com/stats12.htm>]

Na América Central (Tabela 9), temos a Nicarágua com o menor índice de penetração da internet da América Latina, com somente 2,5% da população com acesso, enquanto que o México desponta com 19% e representa, por sua vez, 86,3% dos internautas centro-americanos. Costa Rica (com 20,5%) e Belize (12,2%) vêm logo em seguida. O crescimento do acesso à internet em El Salvador e Guatemala, nos últimos sete anos, aproxima-se dos 1.500%. Esses altos índices convivem com realidades como a Nicarágua, cujo índice de crescimento do uso da rede mundial de computadores representa 180%, em 2007, do que era no ano 2000. Embora Brasil e México sejam em número absolutos os maiores em porcentagem de usuários da América do Sul e Central, respectivamente (Tabelas 8 e 9), o alcance da internet, relativo à porcentagem total dos habitantes do país, deixa o México atrás da Costa Rica (Tabela 9) e o Brasil (17,2%) é ultrapassado por Uruguai (20,4% da população), Guiana (18,1%), Guiana Francesa (20,5%), Argentina (34%) e Chile (42,4%). Contudo, é preciso

ressaltar que a taxa de crescimento do uso, entre 2000 e 2007, de México e Brasil são das mais altas da América Latina, 644,7% e 542,6%, respectivamente. Para Scott S. Robison (2007), antropólogo pesquisador dos telecentros mexicanos, o México reflete uma característica que é comum a outros países latino-americanos.

México, como muchos países latinoamericanos, tardó en iniciar una política de acceso universal a los nuevos medios digitales. Aunque se previno el acceso universal en la Ley Federal de Telecomunicaciones (1995), no hubo un programa específico en este sentido hasta el inicio del sexenio de Vicente Fox (2000-2006). ¿Porque la tardanza dada las palpables ventajas y virtudes de la Internet y sus herramientas para la educación y la difusión cultural?¹⁸⁹

De fato, enquanto o fundo de universalização das tecnologias de comunicação e informação do Chile é de 1994, o do Brasil somente foi oficializado em 2000 e o do México, em 2002. Só que não há razão direta. Vejamos o caso da Argentina, onde a legislação determinou a criação de um fundo de universalização em 2000, mas ainda não implementado, o que não impediu o país de ter um índice de penetração da internet bem superior a Brasil e México. Ou o caso da Bolívia que tem um fundo de universalização desde 1995 e não alcançou ainda 6% da população.¹⁹⁰ Aqui entra um aspecto interessante: o financiamento do FDT chileno vem de fundos públicos, o da Bolívia é uma obrigação a cargo das concessioná-

189 ROBINSON, Scott S. [ssr@laneta.apc.org] *Despues de E-México: una propuesta*. 2007, 19 páginas. Texto em formato doc. enviado por e-mail pelo autor, ainda por ser publicado no livro *Política, etnicidad e inclusión digital en los albores del milenio*, UAM/ M. Porrua, 2007.

190 Esses dados podem ser conferidos em UIT. *Acceso universal en Latinoamérica: situación y desafíos*. 2006 (documento em pdf) [http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/ Acceso_universal_2006.pdf]

rias. O Brasil gera o FUST a partir de 1% do faturamento das operadoras de telefonia, porém, por problemas da legislação de orientação inspirada nos modelos da União Internacional de Telecomunicações (UIT), o dinheiro (atualmente mais de 5 bilhões de reais) não pode ser usado pelo Governo para telecentros ou banda larga, mas sim somente para estruturas de telefonia convencional.¹⁹¹ No caso do projeto *Paranavegar*, do governo do estado do Paraná, a implantação de telecentros no interior, em cidades com baixo IDH, só foi possível porque a Celepar, com dinheiro público, pagou o link de internet banda larga para cada uma das cidades beneficiadas. Segundo dados do IBGE, a população estimada do Paraná (base 2005) é de 10.261.856 habitantes.¹⁹² O Mapa de Inclusão Digital do IBICT¹⁹³ registrou 785 pontos de inclusão digital (PIDs), o que corresponde a 1 telecentro por 13.073 habitantes.

O protagonismo da inclusão digital coletiva, tanto no Brasil como em vários países da América Latina, parece recair, atualmente, nas *lan houses*, cibercafés, cabinas, ou seja, salas de acesso pago à internet e outros serviços de comunicação digital.

O local de uso predominante da internet é em casa (40%), seguido de centros públicos de acesso pago, como lan houses e cibercafés (30%), do trabalho (24%), da escola (16%) ou da casa de pessoa conhecida (16%). Notamos que houve uma queda de cerca de 5 pontos percentuais no acesso via escola, em comparação ao ano anterior, e

191 MOREIRA, Daniela. *Minicom vai propor mudanças na legislação para usar Fust para banda larga*. IDG Now!, 09 de maio de 2007 [<http://idgnow.uol.com.br/telecom/2007/05/09/idgnoticia.2007-05-09.7118553306>]

192 Síntese IBGE – Estado do Paraná. Disponível em: < [<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=pr>]>. Acesso em: abril 2007.

193 Estado do Paraná no Mapa de Inclusão Digital – IBICT, 2007 [http://inclusao.IBICT.br/index.php?option=com_wrapper&Itemid=316].

um crescimento significativo do acesso em *lan houses* (que em 2005 era de 17%). Notamos que o incremento do acesso em centros públicos pagos se deu sobretudo nas classes C (que passou de 19,55% em 2005 para 35,54% em 2006) e D/E (que passou de 30,02% em 2005 para 48,08% em 2006).¹⁹⁴

Não podemos negar a importância desses espaços na ampliação do acesso público à internet, mas, ao contrário de políticas públicas, as *lan houses* e cibercafés “estão orientados à prestação de serviços com intenção de utilidade empresarial para seu proprietário e, se acontece um efeito positivo sobre a comunidade, isso é secundário”.¹⁹⁵ Um cibercafé oferece os serviços de acesso à internet e a outras tecnologias de comunicação, mas está vinculado a uma empresa com fins econômicos. Tanto que, se a área não oferece resultados econômicos favoráveis, fecha-se o serviço. Já experiências de telecentros como os projetos *Paranavegar* e *Faróis do Saber* não estabelecem nenhum tipo de taxa, nem mesmo para material de manutenção. Os telecentros *Punto Omnia* em Barcelona não tinham uma determinação sobre esse tema. O telecentro TRIA, por exemplo, cobrava uma taxa simbólica para impressões, enquanto o telecentro *Servei Solidari*, do mesmo projeto, oferecia um total mínimo de cópias gratuitas. O que aproximava esses três projetos: tinham uma implicação concreta na vida dos bairros, seja no *Casc Antic* ou no Raval, de Barcelona, ou na Vila Real e no Xaxim, em Curitiba, regiões com baixo IDH.

194 CETIC-CGIBR. *TIC-Domicílios 2006*. Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação [arquivo pdf], janeiro de 2007, p. 18 [<http://www.cetic.br/tic/2006/tic-domicilios-parte1.pdf>]

195 FUNDACIÓN CHASQUINET. *Estado del arte de los telecentros en América Latina y el Caribe*. [formato doc] Quito, 2002, p. 36 [<ftp://chasquinet.org/pub/docs/telelac/estarte.doc>] e [<http://www.tele-centros.org/estarte/>]

2.9 Navegações exploratórias: Porto Alegre (Brasil) e Barcelona (Espanha)

O levantamento da experiência de telecentros de Porto Alegre (2004-2005) nos possibilitou conhecer melhor os contextos e problemas enfrentados pelos projetos de inclusão digital. Tomamos como ponto de partida os sites dos projetos de telecentros da prefeitura municipal de Porto Alegre e do governo do estado do Rio Grande do Sul.¹⁹⁶ Na proposta de inclusão digital do governo estadual gaúcho, um dos projetos realizados era um serviço de notícias com a participação de pessoas da comunidade atendida pelo Telecentro Vida, chamado *Agência Clic Tchê*.¹⁹⁷ Na época, havia 15 telecentros municipais em Porto Alegre, sob a gestão do Partido dos Trabalhadores e somente um, o Telecentro Vida, como projeto do governo estadual do PMDB.¹⁹⁸

Todos os textos publicados no site do projeto municipal *Telecentros* (www.telecentros.com.br), originados na assessoria de comunicação da

196 No site do projeto de telecentros da prefeitura de Porto Alegre eram descritos os telecentros com suas características técnicas e localização. No site, também, há o *clipping* da assessoria de comunicação da Prefeitura de Porto Alegre (www.telecentros.com.br). No site do projeto de telecentros do governo estadual do Rio Grande do Sul (www.telecentros.rs.gov.br), visitamos a página do “Telecentro Vida” (<http://www.telecentrovida.rs.gov.br/>) e da “Agência Clic Tchê”, cujos textos são produzidos por monitores-repórteres capacitados nos cursos ofertados nos telecentros (<http://www.telecentros.rs.gov.br/agencia>). Acessos entre abril, maio e junho de 2004.

197 Entrevista, por e-mail, com a monitora do Telecentro Vida e repórter-comunitária da Agência Clic Tchê, de Porto Alegre, Rita Santos, de 41 anos.

198 Os telecentros do projeto municipal, em junho de 2004, eram Beco do Adelar, Chico Mendes, Grande Cruzeiro, Ilha da Pintada, Jardim Floresta, Murialdo, Restinga, Rubem Berta, Santa Rosa, São Vicente, Tijuca, Vila Cruzeiro, Vila Nova, Vila Pedreira, Vila Pinto [10/06/2004 - <http://www.telecentros.com.br/>].

Prefeitura de Porto Alegre, traziam o mesmo parágrafo no final das reportagens, referindo-se ao público e aos usos dos espaços em rede:

O programa é voltado a cidadãos com faixa de renda de um a quatro salários mínimos. Quando ingressam nos telecentros, os frequentadores utilizam a tecnologia da Internet para realizar pesquisas, trabalhos escolares e comunicar-se por meio de endereços eletrônicos. O espaço também pode ser usado para geração de renda.¹⁹⁹

Ou seja, são usos que objetivam uma ação instrumental por parte das comunidades, como a fala do diretor de uma associação que mantém um telecentro, que reduz a três pontos o uso dos telecentros:

No entanto, as demandas materiais e simbólicas dos membros da comunidade apontavam para outros sentidos, para outras estratégias de representar-se: solidariedade, busca de emprego, retomada de contato com parentes distantes e redescoberta da autoestima dos sujeitos. “O telecentro são pessoas comuns ajudando pessoas comuns. Não precisa ser fantástico para fazer coisas fantásticas. No telecentro, sou uma pessoa comum fazendo coisas fantásticas”, define Tiago Brenner, 23 anos, que dá aulas de computação no Telecentro Rubem Berta em Porto Alegre.²⁰⁰

Na seção “Quem Somos”, do site da Agência Clic Tchê,²⁰¹ os repórteres comunitários se apresentavam, falavam de seu cotidiano, de seus sonhos e indicavam a concretude de laços de solidariedade e cidadania:

199 *Telecentro amplia qualificação na Restinga* [01/09/03 – www.telecentros.com.br].

200 *Internet muda a vida na periferia*, Zero Hora [30/06/03 – www.telecentros.com.br].

201 O projeto da agência de notícias on-line para telecentros é do Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Acesso em maio de 2004 [http://www.telecentros.rs.gov.br/agencia/ag_historia?texto=2].

Ao participar dessa iniciativa, percebo que as pessoas deveriam dar um pouco de seu tempo para transmitir o que sabem. Todos nós temos sempre algo a ensinar, e por menores que pareçam esses conhecimentos, podem contribuir e significar algo para quem não os tem. [Daniela Acosta de Araújo, educadora]

Conclui o segundo grau há quatro anos atrás. Se tivesse condições financeiras, gostaria de fazer faculdade de Psicologia, com especialização pediátrica, mas por enquanto isso não é possível. Talvez por isso tenho trinta e seis filhos entre emprestados, fixos e mais alguns temporários. [Glorinha Pinheiro, viúva, 47 anos]

Residente em Porto Alegre, sou formada em Administração de Empresa. Fiz magistério e hoje trabalho com crianças. Fui coordenadora de creche, meu objetivo é participar dos projetos educacionais da comunidade, não somente proporcionando o benefício educacional, mas também agindo como agente transformador dessa realidade. [Jessilda Jacobsen, 42 anos, casada]

O contato com a agência de notícias reforçava a perspectiva da pesquisa, em 2004, de investigar *a midiatização exercida pelas formas da enunciação jornalísticas sobre a representação dos acontecimentos comunitários*, produzidas por esses comunicadores que eram capacitados em projetos de inclusão digital. Entre outras características, observamos a *world wide web como lugar de contar-se e de narrar outras histórias – o cidadão-repórter*: tema presente na proposta anterior de pesquisa, trata-se de agências de notícias *on-line* das comunidades, em que os monitores recebem capacitação para serem repórteres locais. Rita Santos, 41 anos, monitora e membro do conselho gestor do Telecentro Vida de Porto Alegre (RS), que entrevistamos, ressaltava entre uma pergunta e outra, feitas por *e-mail*, que eu poderia ver suas matérias no site da Agência *Clic Tchê*. Para ela, o sentido de produzir notícias da comunidade e divulgá-las

é ter a chance e “contar coisas que não aparecem nos jornais convencionais. É muito legal!”²⁰²

Ao mesmo tempo, há *conflitos na interação entre a oferta e o uso do espaço da web nos telecentros – mecanismo de controle*: a visão positiva e teleológica sobre a internet, de Rita, encontra certo desânimo quando ela fala do Projeto da Agência Clic Tchê.

Quanto ao Clic é uma pena, depois que trocou o governo, não podemos mais colocar nenhuma matéria, tenho várias guardadas, mas o pessoal do novo governo que ficaram [sic] encarregados de continuar o jornal, não deram a mínima pra nós, não respondem e-mails. No governo passado tínhamos combinado com a coordenação que um de nós ficaria responsável com a matéria, mas não foi isso que aconteceu. [Entrevista com Rita Santos, Telecentro Vida, Porto Alegre, 12/06/2004].

A lógica dos gestores da oferta tecnológica vinculada ao campo político não restabeleceu o contato com as comunidades com o novo governo estadual do PMDB (antes administrado pelo PT). O que demonstra, mesmo na gestão anterior, que quem editava e publicava os materiais na agência não eram as comunidades, mas técnicos que coordenavam o projeto.

202 A própria Rita se define, sempre fazendo menção ao que saiu sobre ela no Clic Tchê: “Meu nome é Rita Santos, tenho 41 anos, sou divorciada, mãe de 4 filhos, moro com 3 de meus filhos, sustento a casa gerenciando uma telemensagem, vendendo Avon e langerry [sic], esse é o trabalho que faço pra manter minha família. Bem, mas o que mais gosto de fazer é o trabalho voluntário que presto em meu bairro – acho que tu leu no jornal on line Clic Tche – coordeno uma escolinha de futebol que hoje tem em média 30 criança, e também trabalho no telecentro (no Vida Centro Humanístico) esse telecentro é dirigido pelo estado, é o único em Porto Alegre, porque os outros (13) são do município.” Acesso em maio e junho de 2004 [http://www.telecentros.rs.gov.br/agencia/ag_historia?texto=2].

Os usos dos telecentros apontam para a construção de sentidos para além de propostas formais/tecnocráticas. Naquele momento da pesquisa, não poderíamos fazer nenhuma generalização, visto que conversamos somente com uma monitora, Rita Santos, do Telecentro Vida, em Porto Alegre, mantido pelo governo estadual do Rio Grande do Sul. Mas sua fala chamou nossa atenção por sua preocupação sobre a “não-compreensão” da comunidade em relação ao uso dos telecentros. Segundo ela, a comunidade não estaria ligada no benefício que a internet poderia trazer no dia a dia:

Verificar saldos bancários, tirar uma segunda via de contas de água, telefones, luz... Elas não sabem que tudo aquilo é de graça pra ela e que podia fazer um montão de coisa. [Entrevista com Rita Santos, Telecentro Vida, Porto Alegre, 12/06/2004].

Sua fala aponta, principalmente, para o uso da internet para realizar e consultar serviços. No telecentro em que ela era monitora, quem usa a internet são estudantes para fazer pesquisa, outros vão lá para navegar na rede, segundo ela, “sem nenhum objetivo claro”, mas ainda não era significativo o número dos que participavam. Ou seja, o que foge dos objetivos propostos pela oferta da gestão é visto como algo sem finalidade.²⁰³ Diante disso, a problematização começava a ganhar novos contornos. Surgiram questionamentos como: qual o sentido dos telecentros ofertados para as

203 No projeto de telecentros Acessa São Paulo, do governo estadual paulista, os monitores fazem um mapeamento de “endereço úteis” que são disponibilizados para “fortalecer a cultura digital” das comunidades. As áreas de concentração dos sites são: emprego, educação, cultura, saúde e empreendedorismo (OLIVA, 2003, p. 18). Essa visão de projetos que instrumentalizam ou decidem qualificar qual o melhor uso para os telecentros foi discutida na pesquisa-da-pesquisa (GUARNIERI, 2003; GUIMARÃES, 2003; BENJAMIN, 2001).

comunidades e que sentidos os participantes constroem em suas tentativas *táticas* de ocupar tais espaços?²⁰⁴

Sobre os espaços dos telecentros como ambientes de comunicação, Rita aponta que não há uma interação entre os sujeitos que estão ali, que quase não se falam entre si. Somente a gurizada da escola costuma marcar hora para navegar juntos na rede.²⁰⁵ A relação entre monitores e usuários é a partir da visão instrutor/professor e aluno. E a relação do telecentro como instituição com a comunidade anda fragilizada, segundo Rita: “Depois que trocou a coordenação do Vida Centro Humanístico, mudou muito, a impressão é de que eles não tão querendo dar continuidade a um trabalho sério”.

Vários autores, em diferentes momentos, apontaram como uma característica de sociabilidade importante nos processos de participação em telecentros a existência de ambientes digitais, articulando um conjunto de ferramentas de comunicação com base na web, em que a comunidade pudesse interagir também *on-line* (TRAMONTANO, 2003; LOADER, 2004; CASALEGNO, 2006; WARSCHAUER, 2006). Essa perspectiva nos levou, ainda no final de 2004, a fazer um exercício metodológico de análise de dois sites que servem de base digital (na web) para a experiência de telecentros do projeto *Telecentros* da Prefeitura de Porto Alegre (RS) e a do projeto *Sampa.org*, executado por uma ONG com mesmo nome, que atua na localidade de Capão Redondo, na Grande São

204 Aqui foram motivadoras, na época, as contribuições de Michel De Certeau, apontadas no texto de Josgrilberg (2005).

205 Em São Paulo, no Programa ACESSA São Paulo, o público que usa os telecentros é muito específico, formado sobretudo por jovens e adolescentes. As populações de outras faixas etárias atendidas teriam um “preconceito” de que o programa seria voltado para a juventude (OLIVA, 2003, p.17-18).

Paulo (SP) (LACERDA, 2006c).²⁰⁶ Partimos da hipótese de que os sites analisados aqui são concebidos/ofertados pelos gestores dos projetos de telecentros como a presença na web das comunidades que acolhem os projetos de inclusão digital. Contudo, se esses sites, em algum momento ou cotidianamente, são acessados por internautas que participam dos telecentros, o uso que fazem demonstra os limites da proposta de ambiente digital concebida pelos gestores. Ou seja, os sites ou portais são ofertados pelos gestores como um dos lugares de informação, interação, troca, novos conhecimentos entre os sujeitos que interagem via telecentro, mas não dão as condições necessárias para essa configuração dentro dos projetos de inclusão digital.

O projeto *Telecentros* de Porto Alegre tem como contexto o combate à exclusão digital, assumido como uma proposta política pelo governo.

É neste contexto que surgem os Telecentros inseridos dentro das prioridades de governo que são o combate à pobreza absoluta, a radicalização da democracia e o incentivo às novas tecnologias. Os Telecentros serão espaços públicos, constituídos através de parcerias entre o governo municipal e as comunidades locais, organizações não governamentais e a iniciativa privada. Serão locais onde estarão disponíveis tecnologias de informação e comunicação para pessoas que têm pouca ou nenhuma oportunidade de usar ou aprender a usar as tecnologias. Eles deverão superar os limites de um espaço equipado com máquinas e acessórios, para ser um espaço de integração das comunidades e de democratização da

206 Este exercício metodológico foi apresentado no Celacom 2005, na Umesp, em São Paulo, e publicado como artigo na Revista Fronteiras, do PPGCom da Unisinos em 2006. LACERDA, Juciano. “Estudo comparativo dos ambientes digitais Sampa.org e Telecentros.com.br: interatividade, hipertextualidade, multimídia”. Revista Fronteiras - estudos midiáticos - VIII(3): 185-195, set/dez 2006c.

informação. Seu potencial deverá ser trabalhado no sentido do estímulo à solidariedade, oportunizando meios para as comunidades melhorarem suas condições de vida e trabalho.²⁰⁷

A proposta do *Sampa.org* é atuar nos bairros periféricos de São Paulo com o objetivo de, com o acesso às tecnologias da comunicação, combater a exclusão social.

O *sampa.org* é uma iniciativa aberta a toda a população e pretende ajudar São Paulo a se tornar uma cidade melhor, mais próspera, mais humana e mais justa, disseminando e compartilhando democraticamente o conhecimento e a informação. Nosso objetivo é ampliar a cidadania ativa, contribuindo para o desenvolvimento social, cultural e econômico e combatendo a exclusão social, em São Paulo, por meio da democratização do acesso ao conhecimento, utilizando intensivamente as novas tecnologias de informação. Para isso, articulamos uma Rede Pública de Comunicação e Informação, que viabiliza Telecentros com atividades planejadas e conexão à rede mundial de computadores. Aqui, você encontra tudo acerca do Projeto *sampa.org*: Documentos, Histórico, Apoiadores, Telecentros e conceitos que norteiam nossa atuação. Para entrar em contato conosco acesse o Mural e deixe o seu recado, dúvida ou sugestão.²⁰⁸

Portanto, podemos afirmar que os dois projetos se ofertam para as comunidades como lugar de integração, de compartilhamento e democratização do conhecimento. Diante disso, queremos problematizar os

207 Acessado em: 06/2004, disponível em: <http://www.telecentros.com.br/conceitos.htm>.

208 Acessado em: 06/2004, disponível em: <http://www.sampa.org/default.asp?idarep=408&n=0&tpon=1>.

aspectos tecnológicos dos ambientes digitais desses dois projetos, tendo em vista que dispositivos usam e como possibilitam esse *lugar de interação*. Ou seja, os dispositivos tecnológicos construídos são mais do que meras técnicas, constituem processos de comunicação técnica e industrialmente redefinidos pela lógica informacional (SODRÉ, 2002). Foram observados os dispositivos de interatividade, hipertextualidade, multimídia e customização ou personalização do conteúdo (JOHNSON, 2001; BARBOSA, 2001; SFEZ, 1999).

Foram abordados nos dois ambientes digitais, de modo comparativo, os seguintes critérios:

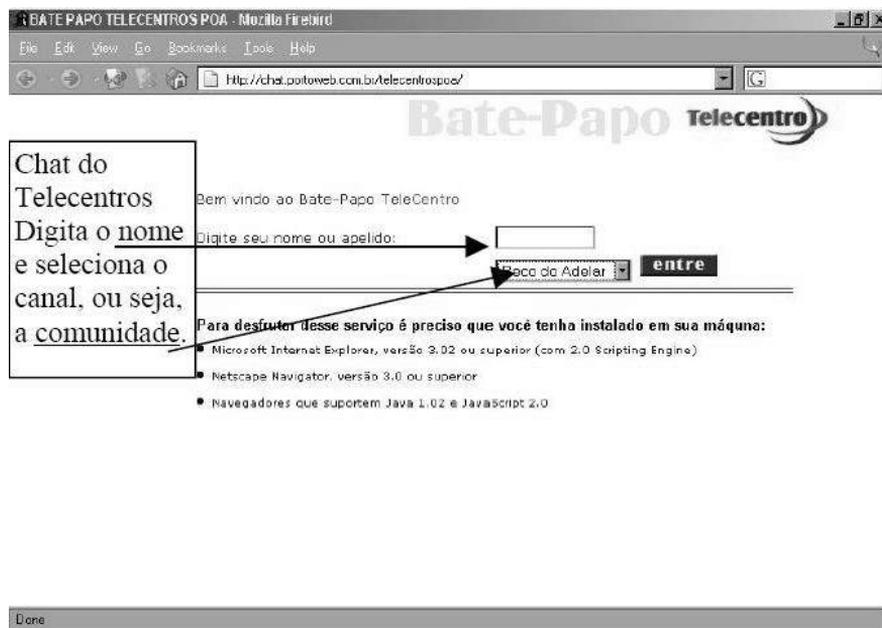
- 1) Arquitetura: qualidade da distribuição visual dos elementos (textuais, gráficos e multimidiáticos) de cada página de entrada;
- 2) Os conteúdos oferecidos;
- 3) Forma de tratamento dada aos conteúdos:
 - a. *Hipertextual;*
 - b. *Qualidade dos recursos gráficos, de áudio, de vídeo;*
 - c. *Facilidade de navegação e de localização.*
- 4) Formas ou tecnologias de interação com os internautas
 - a. *Serviços de chat, fórum ou postagem de mensagens e comentários;*
 - b. *Serviços de impressão, de busca ou de envio de texto para amigos;*
 - c. *Serviços de newsletters;*
 - d. *Serviços para usuários.*

Destacamos, aqui, os aspectos relacionados diretamente às formas ou tecnologias de interação com os internautas.

O *Sampa.org* conta com um serviço de intranet para os participantes do projeto nas comunidades. Ali há serviços aos quais o internauta comum não tem acesso. Esse tipo de ferramenta é importante para agilizar ações que necessitem de uma interação rápida e segura. Podemos supor que haja um serviço fechado de chat para os usuários cadastrados. Já no

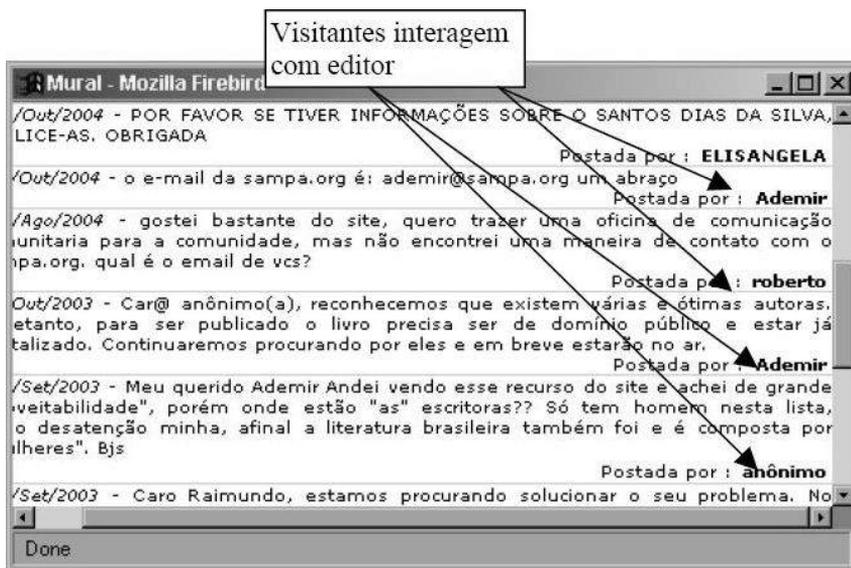
Telecentros (Figura 1), o serviço de chat é aberto, bastando o internauta colocar um “apelido” (*nickname*) e escolher o canal que, no caso, é um telecentro específico, como Beco do Adelar, por exemplo.

Figura 1 – Serviço de Chat



O *Sampa.org* não tem chat aberto (Figura 2), mas oferece uma espécie de “fórum” ou “mural” em cada seção, para que os internautas das comunidades possam interagir com os redatores e entre si. Mas a maior interação é de internautas com os responsáveis pelo ambiente.

Figura 2 – Mural Sampa.org



Nenhum dos dois ambientes oferece serviço de “newsletter”, ou seja, notícias para serem enviadas para o e-mail do internauta. Este é um importante modo de fazer crescer e manter o vínculo entre o ambiente e o membro da comunidade, pois, ao receber a notificação de que há notícias novas, provavelmente ele entrará no site para conferir.

Os ambientes do *Sampa.org* e *Telecentros* ainda não se apropriaram plenamente dos recursos da *hipertextualidade* e da *multimedialidade* da web. Em nenhum, havia o uso de sons, de documentos de áudio. Por exemplo, poderia haver um espaço para histórias de vida, que seriam recuperadas na forma de áudio, seja por narrativa livre ou entrevistas, dando um caráter histórico, emotivo e participativo aos ambientes. A estratégia de relacionar, de vincular informações que têm algo em comum é de grande valia para o leitor, pois vai despertar trilhas antes não pensadas e novas reflexões. E, ao informar outros sites, é preciso ser específico, enviando o internauta

para a informação mesma referendada no link e não para a página geral. A produção de documentários e reportagens audiovisuais sobre as comunidades daria um maior poder de identificação aos ambientes. Para isso, será necessário melhorar o desenho das páginas e a organização da arquitetura da informação, tendo em vista despertar no sujeito a vontade de baixar o vídeo.

Já há uma iniciativa de proporcionar a interação entre os sujeitos das comunidades nos próprios ambientes, mas é possível criar novas formas, articulando chats, listas de discussão e fóruns. É possível fazer essas interações repercutirem no ambiente na forma de notícias e relatos. O *Sampa.org* proporciona uma maior presença de temas e de produção local em seu ambiente. A ausência do testemunho e da participação local nos *Telecentros* aponta para uma burocratização do ambiente e um distanciamento do cotidiano da comunidade, servindo somente como vitrine mal cuidada, pois as promoções chegam ao final, e os responsáveis não atentam em renová-las.

2.10 A rede de telecentros da Catalunha

Os telecentros da Espanha, em sua maioria, que iniciaram suas atividades na década de 90, tiveram apoio de fundos europeus e tratava-se de iniciativas motivadas mais por intuição do que por planejamento (PEIRÓ RUBIO, 2006, p. 8). Com a mesma inspiração de Vemdalem, na Suécia, o primeiro telecentro europeu, criado em 1985, e de Csákberény, na Hungria, em 1994, a primeira iniciativa de telecentro, na Espanha, foi implantada numa região rural com dificuldades econômicas, em que a população se desloca para outras regiões. O povoado de Gordexola, na região de Bizkaia, no País Basco, a 20 km de Bilbao, recebeu o primeiro

telecentro espanhol em 1997 (PEIRÓ RUBIO, 2006, p.36).²⁰⁹ Em junho de 2001, eram contabilizados 52 telecentros na Espanha e a comunicação entre eles era mínima ou nula, segundo levantamento de Ana Maria García Morales, da Universidad Carlos III, de Madrid (PEIRÓ RUBIO, 2006, p. 38). Os primeiros telecentros que perceberam a necessidade de se organizar em termos de compartilhar aspectos comuns sobre gestão de pessoal, programação de atividades e metodologias de trabalho foram os da área rural de Astúrias. A Red de Telecentros de Astúrias se constituiu formalmente no ano 2000 com 20 telecentros rurais (PEIRÓ RUBIO, 2006, p. 39). Hoje, a rede conta com 85 centros e, entre 2001 e 2005, atendeu a 94 mil pessoas.

Em 2006, operavam, na Espanha, mais de doze redes de telecentros com cerca de 4.500 pontos de acesso gratuito às tecnologias de informação e comunicação (PEIRÓ RUBIO, 2006, p. 8-9). Karma Peiró (2006) faz uma classificação das redes de telecentro espanholas a partir da área geográfica em que se encontram, ou de atuação.

De esta forma se localiza una red de ámbito nacional (Red.es, que opera en todo el territorio); redes por comunidades autónomas (como las de Asturias, Cantabria, País Vasco, Andalucía, Extremadura, etc.); redes de ámbito local (impulsadas por los ayuntamientos, como el caso de Foz, Lugo); una red rural (sus telecentros se ubican únicamente en estas zonas); y hasta una red internacional (promovida por Navarra) (PERÓ RUBIO, 2006, p. 54).

Dentre as redes espanholas, destacamos a experiência da *Xarxa de Telecentres de Catalunya* (XTC), cuja inversão anual por parte do governo

209 O telecentro de Gordoxola hoje faz parte da Red de Telecentros Rurales (www.telecentrosrurales.com/).

catalão é da ordem de 490 mil euros (PEIRÓ RUBIO, 2006, p. 58). A Rede de Telecentros da Catalunha é gerida pelo *Departamento de Universidades, Investigación y Sociedad de la Información* (DURSI).²¹⁰ Os centros cívicos e bibliotecas públicas fazem parte da Comunidade de Cidadania, que é a maior, com cerca de 300 espaços de acesso à internet, mas que congrega espaços bem distintos entre si. “Fazem um pouco de tudo, e se chamam cidadania, e ali põem as bibliotecas, os pontos de informação juvenil, centros cívicos, casas de cultura, as oficinas de informação turística, todos os Piaps.”²¹¹ Os centros cívicos e bibliotecas são mais destinados a ações artísticas e de cidadania, é preciso agendar com antecedência o acesso aos computadores em rede para consultas a informações restritas ou somente à internet. Não é possível usar outros tipos de programas a não ser o navegador web, nem salvar arquivos. O *Cibernarium* é um projeto da municipalidade de Barcelona, não faz parte da rede de telecentros, e possui três espaços de atividades: *Espaço de Formação*, para iniciantes; *Espaço Empresa*, com formação sobre aplicações de internet para negócios; e *Espaço Ideias*, centrado na criação e inovação em internet e no âmbito multimídia. Todos são voltados à possibilidade de reinserção de pessoas desempregadas no mercado de trabalho, principalmente como autônomos. A coordenação é da *Barcelona Ativa*, órgão que atua na inserção e reinserção laboral. Os cursos são em módulos curtos entre duas e quatro horas, e as pessoas podem no máximo repetir uma vez mais cada curso. O

210 Desde o ano de 1998, a Generalitat de Catalunya (governo da Comunidade Autónoma) impulsionou a criação e o desenvolvimento de um Plano Estratégico para a Sociedade da Informação “Catalunya en xarxa” (Cataluña em Rede), com a participação de especialistas, empresas e instituições, conduzidos pela Comissão para a Sociedade da Informação e o consórcio Localnet.

211 OLIVELLA GARCÍA, Vladimir. Entrevista. In: FUSER, Bruno. *Ômnia: os telecentros comunitários da Catalunha*. Barcelona/São Paulo : 2006. Relatório CNPq. Mimeografado.

foco são formação e negócios, não tem como objetivos gerar processos de sociabilidade.

Falamos antes da existência de mais de 400 telecentros no âmbito da Rede de Telecentros da Catalunha. Entretanto, das três Comunidades (*Teletrabalho, Cidadã e Social*), a que se apresentou mais significativa para os objetivos de nossa investigação no campo da comunicação, foi a Comunidade Social, à qual correspondem 111 telecentros, já que é a que dá mais ênfase na questão relacional, *interacional*, lúdica e nos vínculos e ações comunitárias de comunicação. O uso das tecnologias da comunicação para o desenvolvimento do teletrabalho ou o uso particular da internet nos acessos situados nas bibliotecas, que primam pela formalidade e o silêncio, não é nossa meta de investigação neste momento.²¹² Não queremos dizer que estas formas de telecentros não tenham coincidências com os pontos *Òmnia*, já que são parte do projeto geral de iniciativas de inclusão digital da Catalunha. Os *Puntos Òmnia* são os que melhor definem o modelo da Rede de Telecentros da Catalunha e têm um papel importante, pelo protagonismo que conferem às comunidades de bairro e organizações da sociedade civil:

Por definição, um telecentro é um espaço habilitado para acolher PCs, programas e periféricos e que conta com a figura de um dinamizador que oferece acesso à Internet ao cidadão, assim como também realiza objetivos de orientação, formação e suporte. Um ponto *Òmnia* é, portanto, um telecentro, porque é um espaço de acesso às novas tecnologias público e gratuito. É um local de trabalho comum em que os usuários dispõem de infraestrutura e pessoas

212 Vale ressaltar que também o silêncio comunica, como aponta Watzlawick em *Pragmática da Comunicação Humana* (2000, p. 45), mas o ambiente de silêncio em que um telecentro fica submetido às regras de uma biblioteca tem distinções de um telecentro comunitário.

que lhes oferecem suporte no âmbito formativo, profissional e pessoal (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2004, p. 10).²¹³

Dos 111 pontos Òmnia da Catalunha, 15²¹⁴ deles estão localizados na cidade de Barcelona. A cidade comporta 10 distritos administrativos conformados por vários bairros. Os telecentros Òmnia estão repartidos por distritos da seguinte forma:

- Ciutat Vella – 5 telecentros
- Eixample – 1 telecentro
- Sants-Montjuïc – nenhum
- Les Corts – nenhum
- Sarriá-Sant Gervasi – nenhum
- Gràcia – 1 telecentro
- Horta-Guinardó – 2 telecentros
- Nou Barris – 2 telecentros
- Sant Andreu – 3 telecentros
- Sant Martí – 1 telecentro.

Os distritos são muito distintos em relação ao número ou existência de telecentros,²¹⁵ e tampouco têm características muito semelhantes com respeito a tipos e origem dos agrupamentos familiares, de renda e trabalho, de ofertas educativas, culturais e de espaços de lazer, de qualidade de

213 Tradução nossa a partir do catalão.

214 O documento do Projeto Òmnia (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2004) aponta 16 telecentros em Barcelona, mas a página Web dos telecentros (www.xarxa-Òmnia.org) apresenta só 15 em atividade. E estes foram os que estavam apontados nas visitas exploratórias. Dos 15 telecentros de Barcelona, visitamos nove.

215 O mesmo tipo de telecentro que sofre mudanças pelo ambiente. Por exemplo, no distrito de Eixample há somente um telecentro e está localizado em um estabelecimento penitenciário. O que faz mudar o tipo de relação que estabelece com a comunidade ao seu entorno.

moradias e de pessoas marginalizadas ou com problemas de risco social. O distrito de *Ciutat Vella* é o que contém o maior número de telecentros. Ali foi criado o primeiro telecentro, o TEB, no bairro do Raval, como um projeto piloto, cuja experiência ajudou a dar origem aos demais.

Há cinco telecentros em *Ciutat Vella*:

- Associació per a Joves TEB – bairro do Raval;
- Punt Òmnia TRIA – bairro da Ribera/Casc Antic;
- Servei Solidari – Centro de Servicios para Inmigrantes – bairro do Raval;
- Casal dels Infants del Raval – bairro do Raval;
- Centre Maria Rúbies d'UGT – bairro Gótico/Casc Antic.

Das cinco instituições onde estão situados os telecentros, a mais peculiar é o *Centre Marie Rúbies* do sindicato *Unión General de Trabajadores* (UGT). Trata-se de uma escola de formação de adultos²¹⁶ localizada na sede do sindicato, no oitavo andar de um edifício da Avenida Via Laietana. Por conta da formação, inserção no mercado de trabalho e uso comunitário, este telecentro dá mais ênfase na primeira e na segunda, e o uso comunitário ou livre em termos propostos pelo *Projeto Òmnia* resulta quase impossível. O tempo livre é ocupado pelos alunos do centro ou por pessoas encaminhadas pelo sindicato para se orientarem sobre como produzir seu currículo, buscarem trabalhos oferecidos na *web* ou localizarem-se nos locais da cidade para apresentar-se para entrevistas. Os outros quatro telecentros, ademais das atividades internas de cada instituição, têm um equilíbrio das três linhas do projeto e dão importância ao uso livre ou comunitário com mais ou menos horas dedicadas para isso, comparti-

216 Cursos de idiomas preparatórios para o ESO – *Escola Secundária Obrigatória*, complementação da formação básica para adultos e oficinas de reciclagem profissional oferecidos pelo sindicato.

lhadas entre jovens e adultos (aqui inclusive as pessoas da terceira idade), a maioria são imigrantes ou pessoas que não têm recursos econômicos.²¹⁷ O telecentro do *Casal dels Infants del Raval* dedicava parte de suas horas livres somente para os jovens.

A dinamização dos *Puntos Òmnia* é de responsabilidade de um conjunto de organizações da sociedade civil, com destaque para a *Fundação Esplai*, que coordena 30 dos telecentros da rede. Além do *Òmnia*, a *Fundação Esplai* participa da dinamização e coordenação de três outras redes de centros: os Centros de Acceso Público a Internet (CAPIs), de Madrid, a Red Conecta de centros de alfabetização digital e a *Red CODEL-Raya del Duero* (PEIRÓ RUBIO, 2006, p. 74).

2.11 Olhares e perspectivas das pesquisas sobre telecentros e inclusão digital

2.11.1 A pesquisa engajada: dilemas de pesquisa e implantar telecentros

Ao discutir o tema da inclusão digital, em busca de sua finalidade, marcada na questão “Inclusão digital para quê?”, Rodrigo Assumpção (2001) se propôs a sistematizar e descrever a experiência do projeto *Sampa.org*, iniciado em 2000, no Capão Redondo, em São Paulo. A partir de reflexões

217 Segundo a Fundação Comtal, mantenedora do Centro TRIA, só em *Casc Antic* há cerca de 150 jovens na rua que não trabalham nem estudam (www.comtal.org). Quase a metade (48%) da população do bairro do Raval é de imigrantes estrangeiros. “O bairro do Raval concentra 78,4% da população paquistanesa, 52% da população marroquina, 99,4% da população filipina e 66,4% da população equatoriana do distrito de *Ciutat Vella*” (OBSERVATORI BARCELONA, 2005, p. 10).

dos atores envolvidos (responsáveis pelo projeto, “usuários”²¹⁸, equipe de voluntários, membros do comitê técnico e idealizadores), coletadas na forma de relatos escritos ou depoimentos registrados em áudio, o pesquisador, também envolvido no projeto, busca demonstrar a atualidade da discussão da “inclusão digital” articulada com processos outros de cidadania realizados na comunidade. O pesquisador desenvolve certa hierarquia sobre a percepção de inclusão digital, segundo o nível de envolvimento dos sujeitos da pesquisa em que os responsáveis, equipe, voluntários e idealizadores, teriam uma concepção mais voltada aos objetivos do projeto. “Os relatos dos responsáveis apontam o início da percepção, não apenas das possibilidades de ter os equipamentos e cursos em suas entidades, mas do potencial de aprofundamento da cidadania e organização comunitária” (ASSUMPÇÃO, 2001, p. 20). Assumpção chega a apontar isso como problema: o risco da conceituação “mais sofisticada” desses atores está imbuído da concepção do projeto. O trabalho se preocupa com o tema da cidadania e participação, mas denomina os sujeitos que acessam os telecentros do Capão Redondo como “usuários”, o que leva ao risco de vê-los como objeto ou alvo das propostas de telecentros e não como determinantes no processo de inclusão digital. É justamente no depoimento dos sujeitos que acessam os ambientes do projeto, vistos como “um mosaico bem mais heterogêneo e fragmentado, como é de esperar de um envolvimento mais distante e circunstancial”, que o pesquisador admite ser “bastante revelador das expectativas, percepções e propostas destes atores quanto ao tema da inclusão digital” (ASSUMPÇÃO, 2001, p.20).

218 “Usuários” é o termo usado por Assumpção (2001). Como explicitamos na construção do problema de nossa investigação, percebemos os internautas que acessam os telecentros como sujeitos comunicacionais. Portanto, não adotamos com o conceito funcional de “usuário” apresentamos os sujeitos da pesquisa como “internautas”: pois na internet ou na rede local do telecentro, eles navegam, fazem cálculos e planilhas, escrevem, baixam programas, fotos etc.

Nota-se, assim, as dificuldades de um certo “militantismo”, na análise descritiva, que poderia aproveitar muito mais o caráter de *distância* ou *circunstancialidade* da participação das pessoas no projeto. Foi um risco que corremos durante a nossa investigação, na primeira fase de observações para construção da problemática (2004-2006), em que buscávamos uma relação direta entre telecentros e potencialidades das formas comunitárias de participação.

Outros dois trabalhos também fazem um relato reflexivo sob o olhar de quem está envolvido no processo. Thiago Guimarães (2003)²¹⁹ faz uma análise do projeto de Inclusão Digital da Prefeitura de São Paulo, a partir de suas impressões do Telecentro Cidade Tiradentes cotejadas com trabalhos de pesquisa sobre a relação computadores e educação. Fernando Guarnieri (2003)²²⁰ apresenta o diagnóstico que fundamenta a experiência do projeto de inclusão digital Acessa São Paulo, promovido pelo governo estadual, apresentando-o como tríplice proposta de “acesso, capacitação e conteúdo” (GUARNIERI, 2003, p. 224). Guimarães destaca a necessidade do telecentro estar vinculado à realidade da comunidade, uma vez que o projeto identificou que mais de 70% do público são crianças ou jovens, entre 10 e 18 anos, defende a necessidade de um acompanhamento por parte de tutores. Seu diagnóstico valoriza mais as experiências de “introdução à informática livre” (cursos de iniciação) e oficinas relacionadas a projetos (criação de sites, fanzines, história do bairro) e minimiza a importância do uso livre por parte do internauta. “Apesar de desejarmos um uso cidadão do computador, as salas de bate-papo e os jogos eletrônicos costumam ser as aplicações mais comuns durante o uso livre. Sem orientação,

219 Na época em que produziu seu artigo, Thiago Guimarães era coordenador de atividades dos Telecentros da Coordenadoria do Governo Eletrônico da Prefeitura de São Paulo.

220 Em seu texto é credenciado como Coordenador Geral dos Infocentros do Governo do Estado de São Paulo, responsável pelo projeto Acessa São Paulo.

isso não é surpreendente” (GUIMARÃES, 2003, p. 247). Percebemos aqui a prescrição sobre o que seria para os organizadores dos projetos um “uso cidadão” dos telecentros. O que demonstra o caráter de relato militante do texto. Guarnieri aponta a parceria com o programa Cidade do Conhecimento da Universidade de São Paulo (USP) como possibilidade de capacitação e criação de estratégias para produção de conteúdo pelos internautas nas comunidades atendidas, com programas de ensino a distância e ambientes de produção coletiva. Em tom otimista, destaca depoimentos coletados por monitores em diversos telecentros do projeto: um idoso que através do computador pode se aproximar dos mais jovens, as crianças e adolescentes que agora têm algo para fazer, jovens que simulam um ambiente de empresa com uso da planilha Excel, novos campeões de xadrez em rede e uma nova escritora que se revelou no portal do Acesso São Paulo. Com isso, conclui que “essas histórias mostram algumas das diversas formas em que ocorre a apropriação dos infocentros. Elas comprovam que nossa aposta estava correta: a tecnologia é um instrumento de transformação” (GUARNIERI, 2003, p. 232). Que apropriações ocorram, faz parte do processo sociocultural e aqui nos propomos a investigá-las, contudo Guarnieri cai no risco de ver na tecnologia o principal agente de transformação social. “Há um complexo relacionamento mutuamente desenvolvido entre a tecnologia e as estruturas sociais mais amplas, que não pode ser reduzido a uma questão da existência de tecnologia no exterior e exercendo uma força independente” (WARSCHAUER, 2006, p. 271). Peter Benjamin (2001), ao relatar a experiência “Telecentros na África do Sul”, que coordenou para o *Telecentre Programme of the Universal Service Agency* (USA), aponta que de 65 telecentros estabelecidos, 21 estavam foram de operação e 14 com problemas técnicos. Problemas como falta de suprimento de energia elétrica, falta de previsão de instalação de linhas telefônicas por parte das operadoras, inexperiência local para administrar o telecentro, tensões entre facções das comunidades atendidas,

que disputavam o controle do telecentro (BENJAMIN, 200, p. 2). A tecnologia atua, mas também sofre o empuxo dos contextos, das realidades sociais, culturais e políticas em que é ofertada.

Nos trabalhos de Assumpção (2001), Guarnieri (2003), Guimarães (2003) e Benjamin (2001), encontramos o que Raul Roman e Christopher Blattman (2001) identificam como “obstáculos contextuais” no desenvolvimento metodológico de pesquisas sobre telecentros. Os pesquisadores realizaram um balanço das pesquisas sobre telecentros na Índia e diagnosticaram que muitas pesquisas apontavam um conflito entre “pesquisa e implementação de objetivos”, ou entre “expectativas e realidade”, ou mesmo a tensão entre perspectivas “burocráticas” (forçadas muitas vezes pela busca de resultados das agências internacionais ou financiadores dos projetos) e “construtivistas” das pesquisas sobre telecentros. Na perspectiva construtivista, o pesquisador também se converte em instrutor ou capacitador, envolve-se no projeto, na medida em que possibilita que a comunidade se aproprie do projeto, tornando a investigação um momento de aprendizagem para a própria comunidade (ROMAN; BLATTMAN, 2001, p. 5-7). “Em nossas experiências na execução de investigações de telecentros na Índia, em alguns casos, havia uma tensão entre os métodos de investigação e as decisões práticas sobre a implementação do projeto” (ROMAN; BLATTMAN, 2001, p. 6).²²¹ Essas tensões também aparecem em outras propostas de pesquisa apresentadas a seguir (OLIVA, 2003; LIMA, 2005; RITS, 2004; SHORT, 2001; THAMISOLI; BALASUBRAMANIAN, 2001; GÁSPÁR, 2001; JENSEN, 2001), como perceberemos ao percorrer o caminho de desconstrução, tensionamento (e cotejamento) e apropriação dos textos.

221 *“In our experiences performing telecenter research in India, in some instances there was a tension between research methods and the practical decisions on project implementation.”* (ROMAN; BLATTMAN, 2001, p. 6).

2.11.2 Modelos públicos, privados e mistos: políticas, controles, valores, perspectivas

O que Guimarães (2003) prescreve como “uso cidadão” para os telecentros públicos comunitários, no intuito de “qualificar” os horários de uso livre pelos internautas, é contestado por Scott S. Robinson (2000) ao analisar os desafios e possibilidades dos telecentros no México.

¿Por qué tanto control de contenidos? Los escándalos recientes en los Estados Unidos sobre la obligatoriedad de los filtros de contenido en los accesos a la Internet en bibliotecas públicas, administradas al nivel local o estatal, es un ejemplo del síndrome que aún no se registra en América Latina, porque sencillamente ¿acho que falta una palabra? dicho nivel de acceso todavía no existe. [...] Sin embargo, los telecentros permiten el acceso libre al dominio digital, cada vez más, extenso, rebasando los contenidos estrictos del currículo oficial. He aquí su peligro (ROBINSON, 2000, p. 119).

As reflexões de Robinson apontam para a necessidade de, na pesquisa sobre telecentros, estar atento às configurações tácitas ou explícitas de controle pelas organizações gestoras. Cada postura ou decisão em torno de dispositivos oferecidos (multimídia, câmeras, fones etc.), softwares, formas de controle, velocidade, determinação de horários refletem as instituições ou organizações e geram ambiências específicas. O computador pessoal e a internet tiveram grande parte de sua configuração produzida no contexto social norte-americano e “suas idealizações refletem os valores e as perspectivas dos engenheiros norte-americanos que trabalharam neles” (WARSCHAUER, 2006,p.272). Esse é um dos aspectos que identifica Mark Warschauer, a partir de pesquisas norte-americanas que analisou em seu trabalho de fôlego “Tecnologia e inclusão social”.

Outra tendência da informática pessoal é a interface da área de trabalho (desktop) baseada na metáfora do escritório (por exemplo, arquivos e pastas) e não em outras possíveis metáforas (uma cozinha, um depósito de ferramentas, uma fazenda); portanto, ela é mais acessível a pessoas com determinados tipos de experiências prévias. (WARSCHAUER, 2006,p.272).

Desta forma, quem está ambientado com a lógica de um escritório, ambiência de caráter urbano e contemporâneo compartilhada por grupos de maior poder aquisitivo ou com nível de ensino médio ou superior, teria muito mais facilidade de dialogar com as interfaces do desktop do que um trabalhador rural, uma cozinheira, um mecânico ou um atendente de loja, cujas ambiências de trabalho cotidiano são distintas da metáfora de um escritório.

Em relação aos softwares e modelos de gestão, os dois projetos paranaenses escolhidos para nossa investigação (*Paranavegar* e *Faróis do Saber*) optaram pelo software livre e têm configurações tecnológicas semelhantes: modelo de rede *thin-client*. Mas o fato de o projeto *Paranavegar* (Governo do Estado do Paraná) abrir a possibilidade de organizações comunitárias pleitearem a gestão de telecentros é um diferencial em relação ao modelo dos *Faróis do Saber* (Prefeitura de Curitiba), cujos telecentros são administrados por funcionários públicos que atuam nas bibliotecas de praças e escolas.

2.11.3 Complexidade das políticas públicas: de usuários a sujeitos?

O campo das políticas públicas de implantação de tecnologias da comunicação e informação, na América Latina, registra essa complexa relação. A partir de uma crítica ao modelo de Infraestrutura Global de

Informação (GII, em inglês) apresentado por Al Gore, em 1994, na época vice-presidente dos EUA, que foi assumido pelo governo argentino (em 1998, período Menen) como política de “modernização tecnológica”, a pesquisadora Daniela Monje (2003) investiga o programa *Argentina@Internet.Todos*, que foi anunciado como política pública voltada à diminuição da “brecha tecnológica”, propondo-se a influir nos aspectos culturais. “Com esta iniciativa chegava finalmente a internet para os pobres, para os marginalizados, os excluídos” (MONJE, 2003,p. 7). Foram criados 1.300 “centros tecnológicos comunitários” (CTC), com investimentos de aproximadamente 60 milhões de dólares em todo o território argentino.

Pese a ello a lo largo de nuestra investigación hemos comprobado que el fuerte acento discursivo con el que se trató de vincular la tecnología a la educación y la cultura no tuvo su correlato en términos materiales. Por ejemplo, el desconocimiento de las competencias y necesidades de las poblaciones y comunidades afectadas por políticas de telecomunicaciones es notorio y explícitamente reconocido por quienes fueron sus mentores (MONJE, 2003,p. 7).

A pesquisa de Daniela Monje reforça o aspecto de que não se pode investigar programas locais ou nacionais de inclusão digital sem fazer a ponte com o contexto macro das políticas internacionais inspiradas nos países do capitalismo central. Defendendo a hipótese de que políticas de telecomunicações podem ser compreendidas como políticas sociais e culturais, a pesquisadora aponta aproximações entre o modelo conceitual e aplicação norte-americanos das “autopistas da informação” e o projeto de modernização tecnológica acontecido na Argentina nos anos 1990. Descreve também o programa *Argentina@Internet.Todos*: antecedentes, características, normativas, sistema de financiamento, esclarecendo as principais irregularidades e contradições encontradas. A pesquisa se

desenvolveu em uma mostra “intencional”, denominada como “qualitativa” pela investigadora de 30 Centros Tecnológicos Comunitários, distribuídos entre os “departamentos” que compõem a Província de Córdoba, onde foram instalados um pouco mais de 300 CTCs do programa *Argentina@Internet.Todos*. Os critérios estabelecidos para a escolha dos telecentros foram: distribuição geográfica, buscando cobrir todos os departamentos da província, tipos de instituição privadas e públicas – (com e sem interesse de lucro) e conectividade à internet (MONJE, 2003,p. 50-51). O trabalho de pesquisa envolveu um tratamento quantitativo e qualitativo de onze critérios, nove deles mais formais, envolvendo aspectos da situação do CTC (localização, entorno, informações gerais, gastos, entradas, situação dos coordenadores, conectividade, gestão etc.). Dois envolviam “propriedades mais complexas de análise” (MONJE, 2003,p.57): “impacto sociocultural” e percepções acerca da tecnologia como “agente igualitário e democratizador”. As entrevistas foram realizadas com pessoas entre 12 e 65 anos, de ambos os sexos, com variada formação e de classe média baixa e baixa (MONJE, 2003,p.56). Os dados formais foram descritos e sistematizados, como uma radiografia do estado desses CTCs. As questões que abordaram a opinião dos entrevistados, selecionados “entre responsáveis, coordenadores e usuários dos CTCs que conformam a mostra”, foram articuladas e interpretadas na forma de um confronto com as posições oficiais, com o intuito de observar “um deslocamento entre o discurso oficial e as reconstruções efetivas que se fizeram de tal discurso nas comunidades estudadas, referente ao papel das novas tecnologias na construção da vida democrática” (MONJE, 2003,p.57).²²²

222 Um problema encontrado na pesquisa de Daniela Monje (2003) é que não há referências na pesquisa em relação a quantas pessoas foram entrevistadas, principalmente sobre quantas eram as pessoas entrevistadas no critério determinado como “usuários”.

Na mesma perspectiva de tencionar o lugar oficial e as formas de apropriação dos sujeitos das comunidades beneficiadas por projetos de telecentros, uma pesquisa da Escola do Futuro da USP sobre as práticas dos usuários de infocentros do Programa ACESSA São Paulo (Governo do Estado de São Paulo) foi desenvolvida por Fábio B. Josgrilberg (2005). A investigação proposta na pesquisa é a relação entre a organização do espaço social pelo Estado e as práticas cotidianas dos usuários, na tentativa de compreender a reação dialética entre os lugares organizados pelas estruturas de poder, sem movimento, e o espaço dinâmico (lugar praticado) articulado pelas práticas cotidianas nos infocentros do Estado de São Paulo (JOSGRILBERG, 2005, p. 114). A pesquisa tem como premissa o protagonismo dos governos na implementação de políticas públicas de inclusão digital em relação ao setor privado ou ao terceiro setor. Desta forma, o foco são os telecentros gerenciados pelo governo estadual. Trata-se também de uma pesquisa solicitada pelo poder público, o que não tira os seus méritos, mas restringe seu recorte. Aqui, propriamente, interessa-nos a articulação que o autor faz com Michel De Certeau, em relação às *estratégias* do lugar estabelecido pelas políticas públicas de inclusão e modelo/padrão de uso dos telecentros e as *táticas* dos cidadãos em suas práticas cotidianas ao reorganizar os sentidos articulados oficialmente para esses espaços (JOSGRILBERG, 2005, p. 115-116). Táticas que apontam para a possibilidade de “novos usos ou de novos atos expressivos” (JOSGRILBERG, 2005).

Não são os computadores e a conexão à internet diretamente responsáveis pelas formas expressivas inovadoras que possam surgir numa experiência local de inclusão digital. Determinados processos necessitam de um maior tempo de realização ou do uso de outras formas de tecnologias em conjunto com outras perspectivas socioculturais. Ana Maria M. A. Lima (2005) realizou uma pesquisa-ação sobre o protagonismo juvenil no contexto da inclusão digital em dois “centros de tecnologia comunitária”:

o Laboratório Social Juventude Interativa e o telecentro Padre Joseph Alan Black, situados no bairro Jardim Antártica, na Zona Norte de São Paulo. A pesquisa desenvolve uma passagem da visão de inclusão digital como elemento descontextualizado da realidade local para agregar a proposta tecnológica aos processos de inclusão social. Identifica que as oficinas puderam aprimorar certos aspectos no uso das tecnologias digitais, mas evidencia que o pouco tempo disponível para usar as tecnologias e o analfabetismo são alguns dos responsáveis pela manutenção da brecha tecnológica entre os jovens do projeto desenvolvido. Evidencia que as tecnologias audiovisuais foram um aspecto importante para compensar a dificuldade de produção escrita dos jovens durante o processo.

Esta dificuldade para ler e escrever também fez com que alguns jovens tivessem maiores dificuldades para usar o computador, sendo necessária a utilização de outras tecnologias, tais como o uso da câmera digital, gravador e filmadora, para que eles pudessem desenvolver idéias utilizando as tecnologias digitais (LIMA, 2005, p. 97).

Quando falam de “aprendizagem” em relação aos telecentros, necessariamente as pessoas não estão afirmando que melhoraram seu desempenho para leitura ou escrita a partir do envolvimento com o computador e a internet em sua rotina. Em um levantamento da Rede de Informações para o Terceiro Setor (RITS), realizado para o Projeto Telecentros da Prefeitura de São Paulo com o intuito de fazer “uma leitura da apropriação social dos telecentros comunitários da cidade de São Paulo”, o tema “aprendizagem” foi o mais presente em uma questão aberta (*O que mudou na sua vida com o telecentro?*) em 33,32% das respostas (RITS, 2004, p. 37). O interessante é que as falas selecionadas pelos pesquisadores para demonstrar o *sentido de aprendizagem* demonstram esse aprender como uma descoberta do computador, desbravá-lo, descobri-lo,

as falas não fizeram relação com o ato de “ler” ou “escrever” mais ou melhor com a chegada do computador:

“Eu aprendo um pouco a mexer no computador.”

“No momento mudou bastante, porque eu aprendi muita coisa sobre o computador.”

“Bom, agora não acho o computador um bicho de sete cabeças. Sempre achei que fosse complicado e percebi que não é.” (RITS, 2004, p. 51)

De um universo de 83 telecentros municipais existentes na época, foram selecionados 10 para o levantamento. Os critérios foram estabelecidos pela RITS e pela Coordenadoria do Governo Eletrônico da Cidade de São Paulo. Para efeitos de nossa investigação, vale destacar alguns dos critérios: a existência de um comitê gestor e o telecentro estar funcionando há mais de um ano, além de ter oferecido oficinas e capacitações para o público local (RITS, 2004,p.7). Uma limitação conceitual da proposta, em nossa análise, é a permanência do tratamento dos internautas como “usuários”. O próprio relatório, nas conclusões, admite esse limite, mas sem nenhuma crítica: “As pessoas que frequentam os telecentros da Prefeitura de São Paulo são chamadas de ‘usuários’. Hoje o termo é adequado, mas pode vir a ser outro” (RITS, 2004,p.42). Como percebemos no conjunto dos textos trabalhados aqui, essa classificação de “usuário”, correspondente a uma visão mercadológica e funcional de comunicação, permeia a maioria das investigações (BENJAMIN, 2001; SHORT, 2001; THAMISOLI; BALASUBRAMANIAN, 2001; GÁSPÁR, 2001; JENSEN, 2001). Os internautas são tratados como usuários mesmo entre as investigações que se enunciam como uma abordagem crítica, interpretativa, participativa ou cidadã dos processos de inclusão digital (ASSUMPÇÃO, 2001; GUARNIERI, 2003; MONJE, 2003; GUIMARÃES, 2003). É o caso de uma exaustiva pesquisa sobre “técnica, política e exercício da cidadania

nos bairros de Curitiba e São Paulo” produzida, como tese de doutorado por Maria Lúcia Becker (2005), em que entrevista 53 pessoas em Curitiba e 39, em São Paulo, escolhidas criteriosamente numa mostra a partir da representatividade geográfica e da condição social dos bairros atendidos pelos telecentros. A pesquisadora trabalha com a análise de conteúdo dos depoimentos dos entrevistados,²²³ a partir das mediações de “periferia” e “trabalho” como relevantes “na percepção – do computador, da internet e do telecentro – e no processo de inserção dos indivíduos na rede, com desdobramentos na sua relação com a cidade e com o exercício da cidadania” (BECKER, 2005, p.96), mas afirma não considerar seu trabalho propriamente um estudo de recepção por dois aspectos:

[...] por princípio, o **usuário** de internet se caracteriza não como receptor (passivo ou ativo), mas como parte de uma rede onde inter-relações em diferentes níveis, modalidades e graus de intensidade se desenvolvem simultaneamente... [...]

Em segundo lugar, porque a criação da condição de “**usuário** de internet” por si só implica uma mudança nos termos da discussão do processo de comunicação dentro da bipolaridade emissor-receptor, dado que todo receptor torna-se claramente emissor e vice-versa (BECKER, 2005,p.95) (grifo nosso).

223 “Foi imprescindível, obviamente, combinar o critério da exaustividade com o da representatividade dos diversos estratos (sub-populações) dentro da composição final da amostra, contemplando-se a contribuição ‘exaustiva’ de adolescentes, jovens, adultos e idosos; de indivíduos com diversos graus de escolaridade; de homens e mulheres; de estudantes, assim como de trabalhadores aposentados, desempregados, autônomos, ou pertencentes aos vários ramos de atividade (indústria, comércio, serviços, setor público); além de contemplar as diferentes regiões da cidade através dos critérios de seleção dos bairros já descritos anteriormente” (BECKER, 2005, p. 79).

Maria Lúcia Becker apresenta uma noção complexa para a ação do sujeito internauta e, vale dizer, não admite que isso signifique o fim da assimetria entre produção e recepção dos produtos midiáticos nem a redefinição de papéis de emissor e receptor. Contudo, adota o conceito de “usuário” em todo o seu trabalho. Ao realizar pesquisas com pessoas que fazem uso dos telecentros, aproximamo-nos da visão de André Lemos, compreendendo-os como “sujeitos produtores”, pois “devemos superar a perspectiva do uso correto ou não das máquinas de comunicação, marcados para sempre pelo estigma do consumidor passivo e envolvido por uma rede de estratégias dos produtores. Devemos vê-lo como agente” (LEMOS, 2004, p. 180). Ver o internauta como atuante no processo, e não somente como beneficiário, nos faz pensá-lo como *sujeito*, mas não no sentido clássico cartesiano, que incorreria no risco de cair no individualismo. Estaríamos mais próximos da perspectiva de Bourdieu, que na noção de *habitus*, desenvolve o conceito de *agente*, na qual “percebe-se que o sujeito não é o *ego* instantâneo de uma espécie de *cogito* singular, mas o traço individual de toda uma história coletiva” (BOURDIEU, 2004b, p. 131-132). Pois se podemos ter no *ato de ler* uma *atividade criadora* (DE CERTEAU, 2000, p. 262), uma vez que *toda leitura modifica o seu objeto* (CERTÉAU, 2000, p. 264), saímos de uma *leitura* da tela da televisão para uma *leitura* do ambiente digital em rede, que possibilita ao leitor traçar sua própria escrita na telinha (SCOLARI, 2004; PISCITELLI, 2005).

3

Percursos, estratégias e procedimentos metodológicos

3.1 A construção do percurso metodológico

Iniciamos a apresentação deste relatório de tese explicitando o modo como o tema dos telecentros se apresentou em nossa história de construção da pesquisa. É perceptível a mudança do foco inicial para a problematização de pesquisa corrente. Por que mudou tanto? Metaforicamente, poderíamos responder com a poesia do sevilhano-madrilenho António Machado: “*Caminante, son tus huellas el camino, y nada más; caminante, no hay camino, se hace camino al andar.*”²²⁴ Não há um caminho já traçado entre um acontecimento ou fato concreto, que nos provoca, e sua transformação em objeto estruturado de uma pesquisa científica. O caminho se faz ao andar, mas como diz Machado: “são teus rastros o caminho”. Esses rastros são o que poderíamos interpretar em Bachelard como o *percurso metodológico*, o caminho feito pela pesquisa na transformação de um fenômeno *imediato* em uma experiência *construída*, ricamente estru-

224 Tradução: “Caminhante, são teus rastros o caminho, e nada mais; caminhante, não há caminho, faz-se caminho ao andar.” [<http://ocanto.esenviseu.net/destaque/machado.htm>]

turada (BACHELARD, 2006,p. 125). São, portanto, esses rastros, essas marcas do caminho que nos interessam tratar aqui, pois mesmo o “real” que observamos – o conjunto de observáveis que enumeramos em uma pesquisa, que denominamos de *objeto empírico* – é uma *construção*. E a *precisão* dessa construção não é designada pelo *objeto*, mas pelo *método* (BACHELARD, 2006,p. 132). Contudo, é preciso ter consciência de que o método, como construção, é um “*mapa*” e não o “*território*” constituído de *notícias de diferenças* emanadas desse objeto (BATESON, 1998, p. 431). “A realidade social é o próprio dinamismo da vida individual e coletiva com toda a riqueza de significados dela transbordante. Essa mesma realidade é mais rica que qualquer teoria, qualquer pensamento e qualquer discurso que possamos elaborar sobre ela” (MINAYO, 1994, p. 15). Desta forma, é preciso compreender o método como “a maneira de se apropriar do concreto, de o reproduzir como concreto espiritual” (MARX, 2003: 248). Esse *concreto espiritual*, mais do que um produto de um racionalismo que submete o concreto ao abstrato, é o resultado de um *elevantar-se do abstrato ao concreto*, ou seja, *concreto-de-pensamento* (MARX, 2003, p. 248). Enquanto *concreto-de-pensamento*,

(...) é de fato um produto do pensamento, da atividade de conceber; ele não é, pois, de forma alguma o produto do conceito que engendra a si próprio, que pensa exterior e superiormente à observação imediata e à representação, mas um produto da elaboração de conceitos a partir da observação imediata e da representação (MARX, 2003, p. 248-249).

O processo de pesquisa, seu caminho, é um contínuo movimento de gerar uma *perspectiva de precisão*, ou seja, de *objetivação* entre tantas

possíveis, uma vez que o mesmo *objeto*²²⁵ pode pertencer a distintas problemáticas (BACHELARD, 2006, p. 132). O que nos leva, necessariamente, a investigar outras *perspectivas de precisão* desenvolvidas sobre o mesmo objeto.

3.1.1 Tecendo o fio de ariadne: a pesquisa-da-pesquisa

Os *rastros* deixados por outros caminhos já percorridos em pesquisas anteriores. Esse é o movimento que denominamos *pesquisa-da-pesquisa*, ou seja, “um revisitar, interessado e reflexivo, das pesquisas já realizadas (...) pela ótica do que essas pesquisas podem oferecer para a construção do projeto em que o pesquisador labora” (BONIN, 2006, p.31). Três movimentos são essenciais na pesquisa-da-pesquisa sobre o que já foi investigado ou publicado sobre o tema da investigado: “processos de desconstrução, de reflexão/tensionamento e de apropriação” (BONIN, 2006, p. 31). No nosso caso, avaliamos criticamente outras *perspectivas de precisão* já desenvolvidas em pesquisas com telecentros. Já foram realizadas várias investigações que abordam, direta ou indiretamente, os telecentros.²²⁶ Buscamos *desconstruir* os objetos, objetivos e métodos propostos nessas investigações, *tensionamos* suas contribuições como propõe Jiani Bonin (2006), num movimento de “inventário e classificação” (BACHELARD,

225 Quando falamos aqui de *objeto* é na concepção bachelardiana, que não se refere propriamente a um objeto físico *designado*, em termos de “isto ou aquilo”, como, por exemplo, um telecentro e seus computadores conectados, mas ao conjunto de elementos conceituais (*programas de experiências*) e descritivos (discursivos) acionados na construção/descrição, retificação, estruturação do objeto (BACHELARD, 2006, p. 132-134).

226 Entre elas, destacamos Warschauer, 2006; Saldanha ;Hajji, 2006; Torrico, 2005; Josgrilberg, 2005; Lima, 2005; Becker, 2005; Rits, 2004 ; Monje, 2003; Guimarães, 2003; Guarneri, 2003; Oliva, 2003; Caregnato, 2003; Wellman et al, 2002; Shomaly K., 2002; Assumpção, 2001; Benjamin, 2001; Short, 2001; Thamisoli; Balasubramanian, 2001; Gáspár, 2001; Jensen, 2001; Roman; Blattman, 2001; Robinson, 2000.

2006) que pudesse configurar perspectivas do que poderia ser *apropriado* ou redefinido em nossa experiência de pesquisa. Assim, a partir das operações de desconstrução, tensionamento e apropriação, nosso inventário possibilitou a seguinte caracterização:

- a) *relatos ou sistematizações de experiências ou modelos de telecentros* (em que os autores estão envolvidos);
- b) *análise documental de programas ou propostas nacionais ou locais de telecentros* e
- c) *investigações de campo em projetos de telecentros*.²²⁷

3.1.2 Levantamento de documentos e exercício de análise digital em Porto Alegre

Em paralelo ao movimento de *pesquisa-da-pesquisa*, realizamos vários movimentos de aproximação empírica de *pesquisa exploratória*²²⁸ sobre os telecentros públicos de acesso gratuito, em níveis e momentos distintos. O levantamento da experiência de telecentros de Porto Alegre (2004-2005) nos possibilitou conhecer melhor os contextos e problemas enfrentados pelos projetos de inclusão digital. A vivência de campo em Barcelona (Catalunha-Espanha) (2005-2006) nos ajudou a construir ensaiar e testar vivências e estratégias de pesquisa, além de um distanciamento da realidade brasileira salutar para a complexificação do olhar sobre o objeto empírico e consolidação da problemática de pesquisa. E o exercício exploratório em Curitiba (2006) possibilitou-nos encontrar

227 Os dados que foram inventariados no processo de pesquisa-da-pesquisa foram apresentados no item 2.11 *Olhares e perspectivas das pesquisas sobre telecentros e inclusão digital*.

228 “As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer ou modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 1999, p. 43).

dois projetos distintos de telecentros, um municipal (Faróis do Saber) e outro estadual (Paranavegar) compatíveis com os critérios construídos nesse processo para a investigação. Esses movimentos de aproximação foram fundamentais para a transformação da problemática da pesquisa que evidenciamos no início deste capítulo metodológico.

A aproximação empírica ao fenômeno estudado permite divisar especificidades do que se investiga, o que traz desdobramentos em termos do refinamento/redefinição do problema, de tensionamento das proposições teóricas e de sua delicada construção para a especificidade do problema investigado. (BONIN, 2006, p. 28).

E antes de chegar à especificidade atual da problemática de investigação,²²⁹ um primeiro movimento empírico foi a coleta e análise de documentos, artigos e notícias sobre as experiências de telecentros, a partir dos sites dos projetos de telecentros da prefeitura municipal de Porto Alegre e do governo do estado do Rio Grande do Sul.²³⁰ Com esses dados, realizamos uma entrevista, por *e-mail*, com uma monitora do Telecentro

229 Retomar capítulo 1. A problematização atual da investigação envolve o processo de mediação digital nos telecentros de acesso público e gratuito, constituído pelas significações produzidas pelos sujeitos internautas: a) no atravessamento entre as espacialidades do ambiente físico e tecnológico, dos sujeitos internautas e o ciberespaço; b) na relação entre a experiência digital e seu cotidiano; c) na interação entre sua experiência digital e seu uso das mídias tradicionais; dentro de um contexto múltiplo e transnacional da corrida para uma “sociedade da informação” e de modelos de inclusão digital, cuja referência, para nós, são as propostas desenvolvidas por governos e instituições multilaterais na Ibero-América.

230 Coletamos informações do site do projeto de telecentros promovido pela prefeitura de Porto Alegre em que são apresentados os telecentros com suas características técnicas e localização. E contém o *clipping* da assessoria de comunicação da Prefeitura de Porto Alegre (www.telecentros.com.br). Também o site do projeto de telecentros do governo estadual do Rio Grande do Sul (www.telecentros.rs.gov.br), onde também visitamos a página do “Telecentro Vida” (<http://www.telecentrovida.rs.gov.br/>) e da “Agência Clic Tchê”, cujos textos são produzidos

Vida e repórter-comunitária da *Agência Clic Tchê*, de Porto Alegre, Rita Santos, de 41 anos.²³¹ A Agência Clic Tchê era um projeto realizado pela proposta de inclusão digital do governo estadual gaúcho. Neste momento da pesquisa, a problemática estava voltada para “a comunicação comunitária na forma jornalística em ambiente digital”.

De posse dessas percepções, em 2005, afastamo-nos dos aspectos em torno da midiaticização proporcionada pela apropriação das formas jornalísticas nos telecentros comunitários e nos centramos nas questões em torno das *formas de uso e apropriação dos telecentros* por membros das comunidades de bairro, numa marcação clara de buscar a *tensão entre a oferta dos projetos de telecentros, suas formas de instrumentalização do uso e as táticas de apropriação* por parte das comunidades. Outro aspecto que passamos a questionar foram *as formas de interação no ambiente de telecentro e através das interfaces da internet* (sites dos projetos, programas de conversação on line etc).

3.1.3 O processo de imersão na realidade de Barcelona

Iniciamos nossa imersão na realidade comunicacional de Barcelona (Catalunya-Espanha), durante o estágio de doutorado-sanduíche (LACERDA, 2006b),²³² com um exercício de visitas exploratórias aos

por monitores-repórteres capacitados nos cursos ofertados nos telecentros (<http://www.telecentros.rs.gov.br/agencia>). Acessos entre abril, maio e junho de 2004.

231 Tentamos contato com cinco monitores, na quinta-feira 10/06/04, mas somente a Rita respondeu, no dia 12/06/04, concedendo a entrevista.

232 Estágio realizado de outubro de 2005 a março de 2006, com financiamento do Programa de Cooperação Internacional Capes/MECD e realizado na *Facultat de Ciències de la Comunicació* (UAB-Barcelona) dentro do projeto de pesquisa “Mídia e interculturalidade: estudo das estratégias de midiaticização das migrações contemporâneas nos contextos brasileiro e espanhol...”,

Centres Cívics e Cibernarium.²³³ O diálogo com monitores do *Cibernarium* e com pesquisadores que investigavam o tema de propostas de inclusão digital²³⁴ nos fez rever os critérios de escolha dos ambientes para a pesquisa e encontrar uma nova perspectiva, a qual não conhecíamos a partir do Brasil: a Rede de Telecentros da Catalunha (Xarxa de Telecentros de Catalunya). São mais de 400 telecentros em toda a Catalunha,²³⁵ divididos em três “comunidades”: *Comunidade de Teletrabalho, Comunidade de Cidadania e Comunidade Social* (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2004, p. 9). O foco de nossa pesquisa em Barcelona concentrou-se, assim, na *Comunidade Social*, da Rede de Telecentros da Catalunha, que se carac-

desenvolvido pelos grupos de Pesquisa Mídia e Multiculturalismo (Unisinis), Migracom (UAB) e Processos Comunicacionais (Unisinis), ao qual o pesquisador está vinculado.

233 Há 45 centros cívicos na cidade de Barcelona e o *Cibernarium*. Visitamos o Centro Cívico de Gràcia e levantamos materiais sobre os demais Centros e sua estrutura. Realizamos uma visita ao *Cibernarium* no dia 28 de outubro de 2005, onde dialogamos com duas monitoras (a Ibis e a Gabriela) dos cursos oferecidos naquele espaço, que são estudantes de pós-graduação em Comunicação e Educação na UAB.

234 Especificamente o pesquisador Bruno Fuser, na época ainda da Unicamp, que estava em Barcelona em pós-doutoramento em 2005 investigando os telecentros na articulação entre políticas comunicacionais e educacionais. Ver: FUSER, 2006. Relatório CNPq. Mimeografado

235 A Catalunha, segundo o Instituto de Estatísticas do Governo Catalão, tinha em 2004 6.813.319 habitantes, representando 15,8 % da população espanhola. São 44 *comarcas*, que agrupam *províncias* (municípios) e pequenas cidades (poblaciones). Entre as províncias se destacam Barcelona (5.117.885), Tarragona (674.144), Girona (636.198) e Lleida (385.092), com a maior densidade populacional registrada. A economia tem o maior número relativo na indústria 24%. A administração pública corresponde a 15,9%; serviços financeiros, 12,2%; comércio e hotelaria, 20,7%; construção, 11,3%; transportes e telecomunicações, 6,2%; outros serviços 7,1%; e agricultura somente 2,3%. Entre 2003/2004, dos 100% dos alunos matriculados na Catalunha (1.265.285), 19,9% estavam na educação infantil; 28,87%, na primária; 32,7% na secundária e 18,3% na educação superior (Fonte: Todos os dados são do Anuário Estatístico da Catalunha, do ano de 2005. *Institut d'Estadística de Catalunya - AEC/05* <<http://www.idescat.net/cat/idescat/publicacions/anuari/aec.html>>)

teriza pela cooperação com a comunidade e preconiza a participação local na gestão e cujos centros são *multipropósito*. Encontrar um modelo de telecentros tão próximo aos realizados no Brasil, mas com especificidades que evidenciam o contexto das políticas de inclusão digital, só reforçou a necessidade de situar os processos transnacionais de inclusão digital, movimento que gerou o quarto aspecto geral da problemática atual de nossa investigação.²³⁶ Ao mesmo tempo, as articulações específicas de produção e oferta dos telecentros apontaram para uma política avançada de participação de diferentes atores nos projetos e diferentes contextos atuando sobre o mesmo modelo, tornando cada ambiente midiático-comunicacional peculiar. Como em Porto Alegre, somente havia um projeto de política pública de inclusão digital consolidado, o da prefeitura municipal, no retorno de Barcelona começamos a explorar as possibilidades de realizar a segunda parte da pesquisa empírica na cidade de Curitiba, em que tanto o projeto municipal (Faróis do Saber) como o estadual (Paranavegar) estavam consolidados. Este aspecto, vamos desenvolver melhor mais adiante.

Optamos por analisar as especificidades identificadas em um mesmo distrito. Desde um ponto de vista metodológico, não acreditamos oportuno estabelecer uma análise comparativa entre distritos diferentes, já que isso nos teria levado a desenvolver mais o estudo sociológico – na indagação das variáveis sociodemográficas que incidem no acesso aos telecentros – em lugar das relações comunicacionais, que são realmente nosso objeto de interesse. O nosso objetivo era contemplar o uso comunitário. Assim, para efeito do número de horas livres sem discriminar grupos ou faixas etárias, que é uma das características do uso comunitário, decidimos por

236 Ver capítulo 2. *Conectividades: panorama de políticas brasileiras e latino-americanas de telecentros de acesso público.*

um *corpus* da pesquisa formado por três telecentros de *Ciutat Vella*: o TEB, o TRIA, e o *Servei Solidari*.

Dos três telecentros selecionados para a pesquisa qualitativa em Barcelona, coletamos mapas de perfil dos internautas do ano de 2004, folhas, folhetos, folderes com horários ou outras explicações sobre horários, formas de comportamento, formas de comunicação ofertadas nos telecentros, cursos de produção de páginas *web* ou blogs. Direção dos sítios *web* dos telecentros e de ambientes digitais produzidos por internautas-participantes. O objetivo era mapear a oferta dos telecentros, as normas de uso, as configurações midiáticas e também as formas de apropriação dos usuários como produtores de informação. Além das estratégias de comunicação do telecentro com os sujeitos no ambiente presencial.

Desenvolvemos um processo de observação não-sistemática com anotações de campo e registro fotográfico. Com isto, realizamos a identificação nos telecentros dos tipos de programas usados (editores e planilhas de textos e dados, navegador *web*, programas de mensagem de texto, voz e vídeo *on line*, páginas *web*, blogs, sites de música). Registramos anotações sobre as estratégias de comunicar-se no telecentro pela fala (verbal), os comportamentos comunicativos (gestos, posturas corporais, territoriais) e a escrita (linguística). O intuito era abordar as formas e habilidades de comunicação interacionais e interativas desenvolvidas pelos sujeitos nos processos midiático-comunicacionais dos telecentros. Com o registro fotográfico, pudemos situar a configuração/desenho da sala, a disposição dos computadores, a organização visual, mensagem e localização dos quadros, murais, avisos nas paredes. Este procedimento nos possibilitou relacionar as interações entre os sujeitos e as regras do ambiente e as formas de comunicação que atuam do presencial para o digital. O conjunto de dados levantados aqui, articulados com a pesquisa exploratória em Curitiba (2006), contribuiu para a construção da problemática sobre o

ethos comunicacional que caracteriza os modos de acessar, habitar, interagir/comunicar, conviver com as tecnologias digitais nos telecentros, na intersecção entre os espaços arquitetônico, digital e pessoal²³⁷ e os processos de midiaticização digital, na descrição e reflexão sobre as mudanças ocorridas no cotidiano dos internautas.²³⁸

A partir das visitas exploratórias e diálogos casuais com usuários e dinamizadores, definimos por entrevistar 8 pessoas de cada um dos três telecentros selecionados para a pesquisa qualitativa. Como há uma presença significativa de imigrantes em contato com catalães ou espanhóis que, há tempos, vivem nessas áreas e também usam os telecentros, resolvemos entrevistar 4 catalães ou espanhóis já estabelecidos ali historicamente e 4 imigrantes (não-comunitários, da União Europeia) em cada um dos três telecentros. Realizamos um total de 24 entrevistas, nas quais não selecionamos por idade, profissão ou outro critério a mais. Buscamos entrevistar aleatoriamente pessoas presentes nos horários livres ou chamadas “aulas abertas”. Os períodos de uso livre variados em cada telecentro, com curtos e alternados espaços de tempo, geralmente em intervalos antes do meio dia, horários de almoço, da pausa da “siesta” ou no final de tarde/início da noite. Trabalhamos com entrevistas não-diretivas, ou seja, abertas, em que se motivava o entrevistado a falar sobre seus objetivos e representações sobre os telecentros, buscando captar em suas falas as formas e habilidades de comunicação desenvolvidas nos telecentros; possíveis mudanças em seu cotidiano relacionadas com os usos dos telecentros; e possíveis mudanças em produtos/serviços oferecidos nos telecentros em seu processo de interação com as tecnologias e os ambientes midiático-comunicacionais.

237 Ver Capítulo 1, seção 1.9 *Ambiências: espaço arquitetônico, espaço digital (ciberespaço) e semiófera pessoal*.

238 Ver o Capítulo 1, seção 1.10 *Ethos midiático digital: midiaticização digital e cotidiano*.

Também realizamos entrevistas com os dinamizadores (três) responsáveis pelos telecentros onde fora realizada a investigação. Abordamos a realização das linhas/objetivos dos telecentros; a configuração tecnológica e transformações do ambiente a partir de ações dos usuários ou deles; o papel do telecentro na comunidade; formas de produção comunicativa (em texto, áudio, imagem, *sites*, *blogs*) realizadas por usuários e avaliação da participação de catalães/espanhóis em relação a imigrantes europeus e de outras nacionalidades (de países latinos, árabes e africanos).

O convívio metodológico exploratório com o projeto de telecentros da Catalunha contribuiu com o refinamento das questões de pesquisa e na reformulação dos objetivos. Num primeiro momento, na problematização, os processos comunicacionais estavam voltados para uma tentativa de situar condições de produção e significações que apontassem o ambiente dos telecentros como um espaço de comunicação comunitária para dentro da comunidade e para fora. O acompanhamento da rotina dos telecentros de Ciutat Vella e as entrevistas exploratórias abertas demonstraram ser restrita a perspectiva de situar o comunitário. Situando aspectos interacionais e interativos do ambiente comunicacional dos telecentros, abrimos caminho com mais consistência para os processos midiáticos, a partir das significações em torno dos produtos midiático-comunicacionais que fazem parte do consumo cotidiano dos sujeitos produtores de comunicação.

3.2 Pesquisa exploratória em Curitiba, Paraná

Realizamos uma pesquisa exploratória em Curitiba no período de 14 a 19 de setembro de 2006. A proposta foi pautada segundo a experiência que desenvolvemos em Barcelona (Catalunya-Espanha), durante o estágio de doutorado-sanduiche (LACERDA, 2006b). Nesse período, entrevistamos os responsáveis pelo Projeto Farol do Saber, na Secretaria

Municipal de Educação da Prefeitura Municipal e do Instituto Curitiba de Informática. Também conversamos com os responsáveis, na Celepar, pelo projeto Paranavegar. Visitamos quatro telecentros: Farol de Praça Aristides Vinholes, no bairro do Xaxim; Farol de Escola Telêmaco Borba, no bairro Atuba; Telecentro da Comunidade Vila Real (Bairro Orleans) e telecentro da Biblioteca Pública do Paraná, ambos do Paranavegar. Entrevistamos nos telecentros cinco internautas (dois do Paranavegar, três dos Faróis), um estagiário (Farol A. Vinholes) e um membro de conselho gestor (Vila Real).

3.2.1 Coleta de documentos dos projetos de telecentros

O objetivo da estratégia de pesquisa foi de mapear o tipo de ofertas de cursos ou atividades nos telecentros, as normas de uso, as configurações midiáticas e também as formas de apropriação dos usuários como produtores de informação. Além das estratégias de comunicação do telecentro com os sujeitos no ambiente presencial. Na experiência de coleta de dados em Barcelona (2005-2006), buscamos coletar mapas de perfil dos internautas. Percebemos que o Projeto Ômnia tinha um mecanismo de registro dos tipos de uso, mas não os obtivemos por parte dos monitores. O mesmo ocorreu nos quatro telecentros que participaram da pesquisa exploratória em Curitiba (2006), embora houvesse a ferramenta, não se tinha dados sistematizados e confiáveis. Diante da dúvida dos internautas, o estagiário deixava de registrar a informação, pois “perdia muito tempo” com isso.

Daí não sei. Acho que gasta muito tempo. Eu fazia antigamente, daí o pessoal ficava pensando, daí gastava muito tempo. [...]daí falavam “não sei, vim fazer isso”. [Entrevista com estagiário do Farol de Praça Aristides Vinholes, 19/09/06.]

No telecentro *Farol do Saber* Telêmanco Borba, no bairro Atuba, a estagiária disse colocar sempre “digitação” ou “pesquisa” na atividade que a pessoa vai fazer no computador. “A maioria que vem a gente olha e percebe que é digitação ou pesquisa”, ratifica a entrevistada.²³⁹ No projeto *Paranavegar*, as planilhas não são contabilizadas e o sistema *online* de banco de dados ainda não funcionava em rede (setembro 2006). É curioso que nenhum dos 17 itens do relatório gerado pelo Instituto Curitiba de Informática para a Secretaria Municipal de Educação de Curitiba, sobre a internet nos *Faróis do Saber*, aborda esses critérios.²⁴⁰ Para obter uma cópia do documento “Estatísticas de uso da Internet Pública e do Sistema de Bibliotecas nos Faróis do Saber” (2006), tivemos que usar da astúcia de fotografá-lo por completo, pois não dispunham de cópia e não era possível retirar o documento da Secretaria Municipal de Educação. Nos telecentros catalães, sempre havia folhetos com os horários de funcionamento, que podiam ser retirados pelos internautas como também fôlderes de oficinas. Na pesquisa exploratória em Curitiba, nenhum dos telecentros tinha um ou outro tipo de informação. Em alguns momentos, as informações estão no portal do *Paranavegar*, na forma de notícias produzidas pelos monitores (foi instalado o mecanismo de veiculação de notícias) o que indica deficiência nas estratégias de comunicação do telecentro com os sujeitos no ambiente presencial.

O projeto *Farol do Saber* não possui ambiente digital próprio para o uso dos internautas. O portal do projeto *Paranavegar* foi remodelado recentemente, agora é preciso investigar se também é voltado para os internautas navegarem ou somente para registros de informações, trocas de dados e notícias entre monitores. Foi instalado o SGP (Sistema

239 Entrevista realizada por Juciano Lacerda, no Farol Telêmanco Borba, Curitiba, em 19/09/06.

240 ICI/SME DE CURITIBA. *Estatísticas de uso da Internet Pública e do Sistema de Bibliotecas nos Faróis do Saber*. (mimeo) Curitiba, maio de 2006.

Gestor Paranavegar). Não foi possível coletar direções de sítios *web* dos telecentros e de ambientes digitais produzidos por internautas nos quatro telecentros pesquisados em Curitiba. Como em nossa observação de campo registramos grande parte dos internautas navegando no Orkut, fomos nesse ambiente e identificamos várias comunidades relacionadas com os bairros onde estão localizados os telecentros: Xaxim, Atuba, Orleans.²⁴¹ São possíveis lugares de interação entre internautas dos telecentros trabalhados na exploração. E a eles estaremos atentos na observação sistemática, propondo relações com as experiências dos internautas nos telecentros.

3.2.2 Observação não-sistemática, anotações de campo e registro fotográfico

Buscamos identificar, nos telecentros, possíveis tipos de programas usados (editores e planilhas de textos e dados, navegador *web*, programas de mensagem de texto, voz e vídeo *on line*, páginas *web*, blogs, sites de música). Fizemos o levantamento dos *hardwares* e periféricos, como também dos *softwares* instalados, que resultaram em duas tabelas que subsidiaram a problematização.²⁴² Diferentemente do Projeto Ômia, de Barcelona, tanto nos Faróis do Saber como no Paranavegar, não é possível comunicar-se com voz e vídeo via internet, nem ouvir ou baixar músicas.

241 Encontramos comunidades do Orkut relacionadas aos telecentros em que realizamos a pesquisa exploratória. Do bairro Xaxim, em Curitiba, onde fica localizado o *Farol do Saber* Aristides Vinholes, encontramos 11 comunidades no Orkut. Do bairro Atuba, local do Farol Telêmaco Borba, encontramos 3 comunidades. O telecentro Vila Real, do *Paranavegar*, fica no bairro Orleans, do qual encontramos 4 comunidades.

242 Sobre os atravessamentos, na ambiência do telecentro, entre os espaços arquitetônico, digital (ciberespaço) e semiosfera pessoal.

O tipo de estrutura de rede *Thin-client* e a velocidade da conexão não possibilitam essas experiências comunicacionais no ciberespaço.

Realizamos *anotações de campo* sobre que tipo de informações acessavam os internautas no seu horário de permanência ali e as estratégias de comunicar-se no telecentro pela fala (verbal), os comportamentos comunicativos (gestos, posturas corporais, territoriais) e a escrita (linguística). O intuito era registrar as ocorrências de comunicação interacionais (presencial) e os percursos interativos desenvolvidos pelos sujeitos (digital). No diário, fizemos um rabisco da posição dos computadores e respectivos internautas, no qual registramos os ambientes em que estiveram durante meia hora de uso, das 11h30 ao meio-dia. Eles haviam se conectado às 11h (19/09/2006). Transformamos o esboço numa representação gráfica dos internautas no mezanino (figura 3), relacionando numa tabela os ambientes web por eles navegados durante o período (tabela 10).

Figura 3 – Internautas no Telecentro Aristides Vinholes (Arte: Juciano Lacerda)

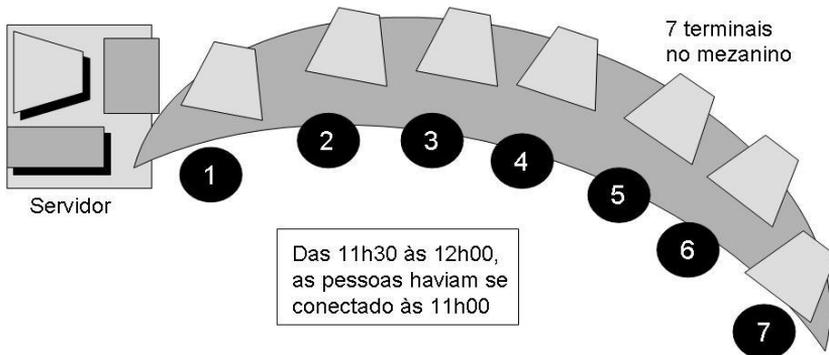


Tabela 10 - Internautas do Aristides Vinholes e ambientes web navegados

Internauta	Gênero	Ambientes navegados
1 - Adolescente	Fem.	Google
2 - Adolescente	Fem.	Flogão, Google imagens, Flogo (comunidade brasileira mozilla), Orkut
3 - Adolescente	Fem.	Google imagens, Flogo (comunidade brasileira mozilla)
4 - Jovem	Masc.	Plug, Google, Álbum de imagens
5 - Jovem	Fem.	Buscas Google e alterna com Writer (OpenOffice). Ela é namorada do jovem 4. Ele está buscando dados para ela.
6 - Adolescente	Fem.	Orkut
7 - Adulto	Masc.	Currículo em formato doc e impressão.
7 - Jovem	Mac.	Entrou 11h45. Acesso ao site da UFPR.

No telecentro Vila Real, do Paranavegar, localizado no bairro Orleans, anotamos em nosso diário que havia jovens em pé ou sentados em um banco no corredor de acesso à sala do telecentro. Depois, nas entrevistas, confirmamos que eles costumam marcar o local para se encontrar e conversar enquanto aguardam sua vez no telecentro. Eles não podem ficar dentro da sala se não estiverem usando o computador. A regra é esperar lá fora. Uma garota entra e conversa com o adolescente que está acessando o Orkut. Ela apoia a mão em seu ombro. Neste momento, a monitora percebe e pede para que a garota espere “lá fora”. “Ah, tô atrapalhando?”, pergunta a garota, mas com uma dose de ironia na voz. Não percebemos tom de animosidade, pois a monitora é do bairro e conhece os internautas, a ponto de chegarem somente até a porta e dizerem: “Viviane, marca aí!”. E ela, prontamente, anota o número do interessado e seu nome. É possível também reservar horário pelo telefone. Até o dia 18/09/2006, 672 pessoas estavam cadastradas no Telecentro Vila Real. Lá, elas são chamadas, nas planilhas, de “usuários”. As estatísticas de maio, feitas numa tabela manual, apontavam: lazer (149 pessoas), e-mail (47), currículo (2), concursos (2) e “outras consultas e buscas” (133). Viviane Garbin, a monitora, diz que 70% dos cadastrados no telecentro são jovens. Das 14h às 16h, somente dois idosos estiveram no telecentro, ambos para atualizar o cadastro do CPF. Foram auxiliados por Erni Benjamin Stein, membro do

Conselho Gestor local. O Telecentro Vila Real oferece cursos de informática básica, com noções de navegação na internet, de operações com planilhas e editor de texto. O curso dura três semanas. São três horários disponíveis (16h30 às 18h; 8h-9h30 ou 19h-20h) em que internautas de uso livre ficam impossibilitados de ocupar o telecentro.

Com o *registro fotográfico*, pudemos situar a configuração/desenho da sala, a disposição dos computadores. Estes dados foram importantes para na problematização comparar o modelo de Barcelona com os Faróis e o Paranavegar com relação aos espaços culturais *fixo, semifixo e dinâmico* (HALL, 2005a). O registro fotográfico da organização visual, mensagens e localização dos quadros, murais e avisos nas paredes possibilitaram relacionar as interações entre os sujeitos e as regras do ambiente e as formas de comunicação que atuam do presencial para o digital. Ao mesmo tempo, chegavam a ser excessivas as formas de veiculação das “normas de uso” e proibições. Nesses casos, embora não tivéssemos pensado o uso da câmera fotográfica digital para isso, foi fundamental o seu uso no registro dos cartazes nos murais e paredes, pois não tínhamos como obter cópia impressa deles, além de que a imagem preservava a enunciação dos cartazes (Foto 10).

Foto 10 – Montagem com cartazes – Telecentros Faróis do Saber



Fonte: Juciano Lacerda, novembro 2007

3.2.3 Entrevistas exploratórias

As entrevistas nos telecentros, de modo semelhante a Barcelona, tiveram que ser pontuais não ultrapassando 20 minutos ou, no máximo, 30. Nos telecentros, os internautas só têm meia hora (Paranavegar) ou uma hora de uso (Faróis) e quando terminam suas atividades, já estão programados para outras atividades e dispõem de pouco tempo. Para a segunda fase da pesquisa, tivemos que dialogar com internautas que desejassem participar da investigação e combinar outros tempos para *entrevistas em profundidade*, que resgatassem suas *vivências, percepções e imaginações* (HARVEY, 2003) em sua *história de vida comunicacional e midiática* com relação ao ambiente tecnoinformacional do telecentro. Na exploratória, com os cinco internautas, trabalhamos com entrevistas não-diretivas, ou seja, abertas, em que se motivava o entrevistado a falar sobre seus objetivos e usos dos modos, de sua interação com as demais pessoas no ambiente; abordamos brevemente seu cotidiano midiático (imprensa, tv, rádio, vídeo/cinema, música); sobre possibilidades de produção de conteúdo na web. Buscamos captar em suas falas as formas e habilidades de comunicação desenvolvidas nos telecentros; possíveis mudanças em seu cotidiano relacionadas com os usos dos telecentros; e possíveis mudanças em produtos/serviços oferecidos nos telecentros em seu processo de interação com as tecnologias e os ambientes midiático-comunicacionais. Com os coordenadores dos projetos, estagiário e membro do comitê gestor, procuramos compreender a historicidade e a lógica da oferta dos dois programas de inclusão digital; as linhas de atuação; as regras de participação; as formas de capacitação; os programas e serviços oferecidos; as lógicas de gestão; as parcerias estabelecidas no campo público-privado. Os dados das entrevistas contribuíram significativamente para o desenvolvimento da problematização, em que pudemos articular as falas dos internautas e gestores com dados de pesquisas nacionais de usos da internet e aspectos teóricos com os quais dialogamos.

Quadro 1 - das entrevistas exploratórias realizadas nos telecentros de Curitiba

Projeto de Telecentros	Entrevistado
Paranavegar – Vila Real 18/09/06	G. S, 21 anos, internauta, sexo masculino E. B. S, Comitê Gestor, sexo masculino
Paranavegar – Biblioteca Pública do Paraná – 18/09/06	A. B, 19 anos, internauta, sexo feminino
Farol Aristides Vinholes - 19/09/06	G. F. K. , estagiário, 18 anos, sexo masc. J. L, 28 anos, internauta, sexo masculino K. V, 25 anos, internauta, sexo masculino
Farol Telêmaco Borba – 19/09/06	B. C. S, 17 anos, internauta, sexo feminino

3.3 Da observação exploratória à observação sistemática

Nesta parte, procuraremos fazer um diálogo entre os procedimentos das pesquisas exploratórias de campo realizadas em Barcelona (2005-2006) e Curitiba (2006), apontando os encaminhamentos da observação sistemática (GARCÍA FERRANDO; SANMARTÍN, 1996) realizada entre 03 de outubro e 14 de novembro de 2007. A observação sistemática e estruturada se caracteriza como “observação direta de um entorno, natural ou artificial, que realiza o observador desde a posição de espectador. [...] Se refere à observação e registro, de acordo com procedimentos explícitos, de comportamentos e ações sociais previamente especificados” (GARCÍA FERRANDO; SANMARTÍN, 1996, p. 121).

As investigações que trabalhamos na pesquisa-da-pesquisa trataram o tema a partir de uma perspectiva qualitativa-quantitativa, justificadas na perspectiva de trabalhar com questões fechadas (passíveis de quantificação), depoimentos, grupos focais ou questões abertas (passíveis de interpretação). Nas pesquisas que diretamente trabalharam com os telecentros sob o ângulo do interesse das organizações promotoras, foram trabalhados grupos focais, questionários on-line (JOSGRILBERG, 2005), questionários impressos com questões abertas e fechadas (RITS, 2004), coleta de depoimentos (ASSUMPCÃO,

2001), entrevistas com questões fechadas e abertas (MONJE, 2003), entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdo (BECKER, 2005). Embrenhar-se no cotidiano dos telecentros em busca de “modos de uso e apropriação” não é uma tarefa fácil, visto que é uma produção social “astuciosa”, “dispersa”, “ubíqua”, “silenciosa” e “quase-invisível” (CERTEAU, 2000, p. 39).

A partir do diálogo com os procedimentos exploratórios realizados anteriormente, vamos explicitar o conjunto *plurimetodológico* de procedimentos que operacionalizamos para o registro, organização, sistematização da investigação sistemática. Feito isso, justificaremos a escolha qualitativa do *corpus* para a fase da pesquisa sistemática. Não há um tipo ideal de pesquisa, com o qual possamos enquadrar um objeto ou sujeitos participantes. Partir dessa premissa é agir com formalidade, como se esta pudesse resguardar a “cientificidade” dos dados. Contudo, a pesquisa qualitativa não é o lugar da informalidade, onde tudo se pode fazer, pois o que importa é a “qualidade”. Mais do que reforçar o imaginário dualista entre perspectiva qualitativa e quantitativa, é preciso perceber que não há *quantificação sem qualificação* ou *análise estatística sem interpretação* (BAUER, GASKELL; ALLUM, 2003, p. 24). Interessa perguntar sobre o que pede a pesquisa do ponto de vista metodológico, como o objeto social nos interpela em suas várias nuances. “Uma cobertura adequada dos acontecimentos sociais exige muito mais métodos e dados: um pluralismo metodológico se origina como uma necessidade metodológica” (BAUER, GASKELL; ALLUM, 2003, p. 18).

Esse pluralismo não se confunde com dispersão ou efeito de cientificidade, mas deve se constituir como imperativo. “Cada pesquisa empírica demanda a estruturação de instrumentos técnicos de observação, experimentação, registro, teste e sistematização de informações” (MALDONADO...et al, 2006, p. 286). Vimos, como necessidade metodológica para construir a problematização da investigação em curso, um

delineamento composto pela articulação de vários procedimentos de pesquisa. A natureza dos processos midiáticos requer formulações *pluri-metodológicas* no contato com a realidade empírica numa perspectiva investigativa, principalmente quando o midiático está inserido nas lógicas das tecnologias digitais de comunicação.

A investigação de processos midiáticos demanda a formulação de operações de aproximação, observação, reconhecimento, exclusão, seleção, registro, organização, sistematização e experimentação, como procedimentos metodológicos relevantes da pesquisa empírica que devem ser refletidos, planejados, programados e vivenciados em profunda vinculação com os pensamentos, objetivos e hipóteses que conformam o conjunto de problemas (problemática) que definem a pesquisa (MALDONADO...et al, 2006, p. 286).

Como possibilidade de descrever a *ambiência midiático-comunicacional* do telecentro de acesso público gratuito, compreendida como a conexão *bio-comunicacional* (HALL, 2005a) entre espacialidades físicas, digitais (ciberespaço) e pessoais, propusemo-nos a caracterizar estas espacialidades na medida em que são *vividas, percebidas e imaginadas* (HARVEY, 2003) pelos sujeitos internautas em seu *agir simbólico* (SANTOS, 2002) cotidiano, lugar da *produção de sentido* (constituído de desejos, afetividades, emotividades, interdições, hábitos, rotinas, normas, regras, rituais, projetos, finalidades, táticas, astúcias, fluxos, filtros), tanto em relação ao próprio *contexto do telecentro* como em sua *vivência midiática*. O conjunto plurimetodológico de procedimentos está articulado em três

eixos relacionados entre si, que denominamos como *webgrafia*,²⁴³ *midio-
grafia*²⁴⁴ *do tempo/espaço dos telecentros* e *entrevista em profundidade*²⁴⁵ com
enfoque na *história de vida midiática digital*²⁴⁶ dos sujeitos da pesquisa.²⁴⁷

3.3.1 A proposta da webgrafia

Para desenvolver a *Webgrafia* como procedimento metodológico, partimos da metáfora elaborada por Todd Gitlin (2005) da “correnteza” ou do “dilúvio” midiático que inunda de informações nosso cotidiano. E para reduzir sua enormidade a uma escala humana de convivência cômoda com tanta informação, “definimos nossos favoritos, classificamos as partes, centramo-nos em determinados segmentos e fazemos o possível para ignorar o restante” (GITLIN, 2005, p.146). Essas atividades de definir, classificar ou nos focar em determinados tipos de informação se constituem como “estratégias de navegação”. “Com o fim de controlar o

243 Para desenvolver a base teórico-metodológica para a *Webgrafia* dialogamos com as reflexões de Frago (2006, 2005, 2004), Primo (2003a, 2003b, 2006), Casalegno (2006), Lacerda (2006a), Glitin (2005), Cely Alvarez (2002) e Salaverría et al (2005), Piscitelli (2005), Pérez Tapias (2003), Johnson (2001), Berners-Lee (2000).

244 Para desenvolver a perspectiva da *Midiografia*, trabalhamos com Maldonado (2006, 2000), Marin (2006), Lacerda (2003), Achutti; Hassen (2004), Santos (2002), Harvey (2003), Hall (2005a), Galindo Cáceres (1998), Mills (1975).

245 Para este caminho metodológico, dialogamos com Gaskell (2002), Thompson (1992), Aceves Lozano (1998), Sierra (1998), Mills (1975).

246 O enfoque da *história de vida midiática* já foi desenvolvido em diferentes matizes, intensidades e objetos por Maldonado (2000), Lacerda (2003) e Marin (2006).

247 “Os processos de comunicação não acontecem por si só, precisam de sujeitos que se comuniquem. Mas, para que tenham um valor de cientificidade, é preciso que estes sujeitos, a partir de suas competências, desenvolvam uma capacidade de reflexividade e relatabilidade sobre suas práticas. Esse movimento operativo os torna coprodutores do conhecimento sobre sua própria comunicação e, dessa forma, contribuem ativamente para os estudos ou formulações sobre a Comunicação enquanto lugar de produção de saberes” (LACERDA, 2003, p. 138).

incontrolável, cultivamos estratégias de navegação que, quando se consolidam e se tornam habituais, com bom critério podem denominar-se ‘estilos’” (GITLIN, 2005, p. 146). É a descrição dessas estratégias de navegação dos internautas, dos seus ambientes digitais favoritos, a partir das condições concretas de fluxos, acesso, *plugins*,²⁴⁸ filtros, interdições, limites encontrados na espacialidade digital (ciberespaço) em telecentros do Paranavegar e Faróis do Saber, procurando identificar hábitos, rotinas, astúcias, ao mesmo tempo, articulando essas estratégias com a produção de sentido dos internautas sobre as mesmas. Para chegar a esses dados, foi preciso articular a *webgrafia* com as entrevistas em profundidade.

Essas seleções, classificações operadas pelos internautas não se resumem a um “surfear” na Web, saltando indeterminadamente de página em página, sem propósito (JOHNSON, 2001, p. 81). Ele pode navegar com objetivos vagos, como se estivesse fazendo uma “pilhagem” até encontrar algo interessante, ou com um propósito bem definido, que Lévy denomina “caçada” (LÉVY, 1999, p.85-87). Mas embora cada navegação possa ser “única”, como diz Lévy, seria pouco provável pensar que o internauta começa sempre do zero. Ele vai constituindo lógicas, procedimentos, estratégias (GITLIN, 2005), ou seja, mesmo que nos *browsers* (navegadores web), não possa o internauta atribuir seus próprios links²⁴⁹ interligando

248 “Na informática, um *plugin* ou *plug-in* é um (geralmente pequeno e leve) programa de computador que serve normalmente para adicionar funções a outros programas maiores, provendo alguma funcionalidade especial ou muito específica. Os exemplos típicos são os para exibição de figuras (por exemplo, o SVG, se um navegador não o suporta), para rodar arquivos multimídia, para criptografar e descriptografar e-mails (e.g.: PGP) num programa de e-mail, ou para filtrar imagens em programas gráficos. No *internet explorer* do *Windows*, há varios tipos de *plug-ins* por exemplo: - *plug-in* do *quick time* que permite rodar arquivos do *apple quick time* no navegador - o *macromedia flash player*” Fonte: Wikipedia em português, acesso em 30/08/2007 [<http://pt.wikipedia.org/wiki/Plugin>].

249 Tim Berners-Lee comenta o fato de os criadores do navegador *Mosaic* lhe dizerem que era impossível criar um editor também, quando o próprio Berners-Lee o tinha feito uma vez.

as páginas em que navega, em plataformas interacionais da Web 2.0, isso começa a ser possível (PRIMO, 2003b, 2006). A nossa proposta de *Webgrafia* buscou identificar nas lógicas de navegação do internauta de telecentro as “trilhas de interesse”, os “elos de associação” (JOHNSON, 2001, p. 88-92), que estabelece entre os ambientes que navega, ou seja, o “tecido conectivo” (JOHNSON, 2001, p. 88) que constrói dentro da indeterminada malha do ciberespaço que experiencia, os sentidos e “saborias” produzidos em sua vivência no “mundo digital” (PÉREZ TAPIAS, 2003, p. 149-180).

O diferencial da *Webgrafia* é sua articulação com a *vivência midiática* dos internautas. Ou seja, estabelecer as relações entre as estratégias de navegação na internet e seus hábitos culturais midiáticos fora da espacialidade digital.²⁵⁰ Outro aspecto identificado, nas entrevistas exploratórias, foi a correspondência entre apontar como favoritos sites/portais da Web que são produzidos por grupos de mídia tradicionais (Globo.com, por exemplo, das Organizações Globo e Rede Globo de Televisão). Esse aspecto mostra o limite de metodologias somente quantitativas para realizar investigações na *World Wide Web* como a *cibergeografia*, *teoria matemática das redes*, *análise de hiperlinks* e *webometria* (FRAGOSO, 2005). É o caso do modelo matemático proposto por Barabási, que ajuda a compreender a arquitetura da Web como um pequeno número de nós

“Ainda assim, me surpreendeu este desdém quase universal por criar um editor. Quiçá fosse demais impressionante. Ou quiçá não era mais que uma questão de tempo de que dispunham os que tinham que desenvolver o projeto” (BERNERS-LEE, 2000, p. 66).

250 Embora hoje seja quase impossível separar as mídias tradicionais das mídias digitais, uma vez que a convergência está em grau avançado no tocante à digitalização dos processos midiáticos. “Na prática, trata-se da possibilidade de utilizar uma mesma unidade de armazenamento (um disquete ou CD, por exemplo) para guardar indiferenciadamente e ao mesmo tempo o texto de uma carta em andamento, um conjunto de imagens fotográficas e uma sequência melódica. Hoje, a própria ideia de utilizar suportes diferentes para cada uma dessas coisas chega a parecer absurda...” (FRAGOSO, 2006).

com alta concentração de conexões e outros tantos isolados ou “invisíveis” por terem poucos links ou não estarem relacionados a esses nós “hubs” (conectores) (FRAGOSO, 2005, p. 5). Essa importante constatação tem seu limite (também seria a deficiência dos outros modelos quantitativos), pois está centrada na análise de Fragoso:

Ao voltar os olhos apenas para a *World Wide Web* propriamente dita, isolando-a de seu contexto de existência e apreensão, Barabási deixa escapar algumas evidências um tanto óbvias, por exemplo a de que os websites não recebem indicações apenas de outros sites, a partir de links, mas também de outras fontes, midiáticas ou não, muitas delas externas à WWW (FRAGOSO, 2005, p. 5-6).

Em nossa proposta de *Webgrafia*, fizemos um mapeamento da permanência dos internautas na web, durante o período em que navegaram nos três telecentros, nos quais fizemos a observação direta da navegação: Aristides Vinholes, Telêmaco Borba e Vila Real, a partir das ingerências do mundo da vida, das ações e rotinas dos sujeitos internautas e suas interações com outras pessoas ou produtos midiáticos. Os ambientes navegados pelos internautas identificados na *Webgrafia*, foram classificados e quantificados, ora pelo próprio ambiente, ora pela temática, quando as navegações eram pontuais.²⁵¹ Queríamos incluir os próprios ambientes digitais dos dois projetos de inclusão digital (Faróis do Saber e Paranavegar),²⁵² mas, curiosamente, os internautas só permaneciam ali

251 Por exemplo, houve momentos em que um internauta abriu uma página por curiosidade ou por clicar num link que não queria e ficou pouco tempo naquela determinada página.

252 Respectivamente www.cidadedoconhecimento.org.br e www.telecentros.pr.gov.br. Estes dois ambientes serão analisados a partir das características que desenvolvemos com os ambientes dos projetos de telecentros da Prefeitura Municipal de Porto Alegre (RS) e projeto Sampa.org, de Capão Redondo (SP) (LACERDA, 2006c) e comparações com a proposta do

o tempo em que a página carregava o seu site desejado. Isso, quando no telecentro, o navegador abria no portal do projeto.²⁵³ Para fazer a tipologia das categorias, na classificação dos dados, inspiramo-nos nas propostas de tipologias de meios digitais.²⁵⁴ Um dos problemas encontrados para fazer a *Webgrafia* foi a identificação de alguns sites, quando a luz da janela ou das luminárias refletia na tela dos computadores. Tínhamos que, muitas vezes, simular algum interesse em falar com os estagiários para poder ver. Em outras vezes, colocávamo-nos ao lado das pessoas, quando havia alguma máquina vazia, para que ela não se importasse tanto com a nossa presença. É claro que sempre nos anunciávamos, a cada horário, para poder apresentar o *questionário semifechado* que elaboramos para ter uma dimensão quantitativa das percepções qualitativas da observação do tempo de permanência na *espacialidade digital*. Num primeiro movimento, antes de desenvolver a *Webgrafia*, pedimos no questionário que os internautas identificassem os sites em que navegou e na ordem em que navegou (Tabela 11). Dos 81 respondentes, 20 (24,69%) deixaram a questão em branco e um (1,23%) informou não ter acessado nenhum site no dia em que respondeu o questionário. Ainda assim, 40 (49,38%) assinalaram o *Orkut* como primeiro site navegado e 14 (17,28%) apontaram o MSN/Hotmail como segundo site em que navegaram. Esta ênfase nas mídias conversacionais se confirmou na *Webgrafia* (Tabela 12). Na entrevista em profundidade, que abordaremos a seguir, buscamos identificar as astúcias

ambiente digital “Memória viva” no aspecto das possibilidades de interação entre internautas locais (CASALEGNO, 2006; PRIMO 2003a, 2003b, 2006).

253 O único lugar onde a janela do navegador abria sempre o portal do projeto foi no Telémaco Borba, mas por que as máquinas tiveram o sistema atualizado. A maioria das máquinas já abria no navegador do *Google*. Essa primeira navegação não contávamos, pois não era intencional, estava programada. Portanto, não contabilizamos nenhum tempo dedicado aos portais dos projetos.

254 “Cibergrafia” de Cely Alvarez (2002); tipologias de “cibermeios” de Salaverría...et al, 2005.

que realizam para descobrir endereços “invisíveis”.²⁵⁵ Algumas dessas astúcias foram relatadas no capítulo 4.

255 “Simultaneamente, entretanto, vai ficando mais clara a importância da visibilidade dos conteúdos publicados nas redes de comunicação. É duvidoso, para dizer o mínimo, que a maior parte dos usuários das mídias convergidas seja capaz de encontrar mais que algumas poucas centenas de produtos altamente visíveis, notadamente aqueles indexados pelas ferramentas de busca e favorecidos pelas estratégias de hierarquização das mesmas. Desenha-se, assim, uma paisagem em que a mídia convergida contará com milhares de produtos, de variadas configurações, permanentemente à disposição de qualquer usuário – mas na qual, infelizmente, a maioria do público parece fadada a não alcançar jamais o privilégio de encontrar mais que um punhado das mesmas alternativas de sempre” (FRAGOSO, 2006, p. 8).

Tabela 11 – Sites navegados no dia em que participou do questionário

Citados como visitados	Site 1		Site 3		Site 3	
Orkut	40	49,38%	6	7,40%	1	1,23%
Google	5	6,17	6	7,40	1	1,23%
MSN/Hotmail	2	2,46%	14	17,28%		
Jogos/ClickJogos/Dragon Fable	4	4,23%	1	1,23%		
Banco de empregos	1	1,23%	2	2,46%		
Yahoo	1	1,23%	1	1,23%	2	2,46%
Chat do Terra	1	1,23%	1	1,23%		
HSBC	1	1,23%				
TAM	1	1,23%				
Prefeitura de Curitiba	1	1,23%				
UFPR	1	1,23%				
IMBD	1	1,23%				
Oi	1	1,23%				
Meebo			4	4,93%	1	1,23%
Youtube			1	1,23%	1	1,23%
Imagens animadas			1	1,23%		
Amizades novas			1	1,23%		
Globo			1	1,23%		
BOL			1	1,23%		
Cadê			1	1,23%		
CEF					3	3,7%
Claro Ideias					2	2,46%
Vagalume (site de músicas)					1	1,23%
Paranautas					1	1,23%
IG					1	1,23%
Câmara Municipal					1	1,23%

Na *Webgrafia* realizada nos telecentros, em termos de permanência efetiva na espacialidade digital, registramos diversos ambientes específicos ou categorias²⁵⁶ em que navegaram 136 internautas do Aristides Vinholes, Telêmaco Borba (*Faróis do Saber*) e Vila Real (*Paranavegar*) (Tabela 12).

256 Registramos 3.064 minutos de navegação no Aristides Vinholes, correspondente a 57 internautas (até 1h por pessoa), nos dias 03, 11 e 26/10 e 01/11/2007; 1.856 minutos no Vila Real, referentes a 64 internautas (até 30 minutos por pessoa), nos

Foram 5.650 minutos de navegação registrados, em *Webgrafias* realizadas no Aristides Vinholes, nos dias 03, 11 e 26/10 e 01/11/2007. No Farol Telêmaco Borba, em 13 e 14/10/2007. E no telecentro Paranavegar Vila Real, em 04, 17, 18, 19 e 20/10/2007.

Tabela 12 – Webgrafia - Ambientes ou temáticas de navegação: tempo de permanência

Ambientes específicos ou categorias	Farol Aristides Vinholes 57 internautas	Farol Telêmaco Borba 15 internautas	Paranavegar Vila Real 64 internautas	Total minutos	%
Orkut	967 minutos	323 min	1.119 min	2.409	42,63
Meebo	178 min	72 min	104 min	354	6,26
Bate papo instantâneo - Chat, Messenger	183 min	10 min	103 min	296	5,23
Site de provedores de e-mail (msn, yahoo, bol, uol)	141 min	35 min	44 min	220	3,89
Site de esporte, jogos on line, entretenimento, TV	971 min	260 min	322 min	1.553	27,48
Site de Busca (Google), Pesquisas escolares	341 min	30 min	85 min	456	8,07
Editor de Texto - Open Office	97 min	0 min	0 min	97	1,71
Site de Serviços (CEF, Receita Federal, Empregos, Governo, Celular)	151 min	20 min	66 min	237	4,19
Blog	7 min	0 min	13 min	20	0,35
Música	28 min	10 min	0 min	38	0,67
Total	3.064 min	760 min	1.856 min	5.650	100%

Dos 136 internautas que tiveram sua navegação mapeada, 29,41% eram crianças, 54,41% adolescentes, 19,85% eram jovens e somente 8,08% eram adultos (Tabela 13). Em relação ao gênero (Tabela 14),

dias 04, 17, 18, 19 e 20/10/2007, e 760 minutos no Telêmaco Borba, correspondentes a 15 internautas (até 1h por cada um), nos dias 13 e 14/10/2007.

tivemos um certo equilíbrio, com 44,85% do sexo feminino e 55,15% do sexo masculino.

Tabela 13 – Faixa etária dos internautas mapeados na navegação

	A. Vinholes	T. Borba	Vila Real	Total	%
Criança ¹	21	4	15	40	29,41
Adolescente	16	7	35	58	54,41
Jovem	15	3	9	27	19,85
Adulto	5	1	5	11	8,08
Total	57	15	64	136	100

Tabela 14 – Gênero dos internautas mapeados na navegação

	A. Vinholes	T. Borba	Vila Real	Total	%
Feminino	23	8	30	61	44,85
Masculino	34	7	34	75	55,15
Total	57	15	64	136	100

Dos 81 internautas que responderam ao questionário nos telecentros A. Vinholes, Telêmaco Borba e Vila Real, 40 eram do sexo feminino e 40 do masculino, um não marcou a identificação do gênero. Na faixa etária (Tabela 15), uma predominância de internautas entre 10 e 15 anos (33) e de 15 a 20 anos de idade (29).

Tabela 15 - Faixa etária questionários

Faixa etária	Total	%
10 a 15 anos	33	40,74
15 a 20 anos	29	35,80
20 a 25 anos	11	13,58
25 a 30 anos	1	1,23
30 a 40 anos	6	7,40

A maior parte era constituída de estudantes 65,43% (53), 8 (9,87%) disseram ter algum tipo de ocupação. Foram 15 (18,51%) os que afirmaram estar desempregados. E somente 6 (7,4%) deixaram em branco (Tabela 16).

Tabela 16 - Qual sua ocupação?

	Total	%
Ocupado	8	9,87
Estudante	53	65,43
Desempregado	15	18,51
Não respondeu	6	7,40

A maior parte dos respondentes eram estudantes, sendo que 35 (43,20%) tinham o Ensino Fundamental completo e 13 (16,04) o tinham incompleto. Outros 16 (19,75%) não tinham completado o Ensino Médio, enquanto 13 (15,04%) afirmaram tê-lo. Somente 1 pessoa já tinha o nível superior (Tabela 17).

Tabela - 17 - Escolaridade

Escolaridade	Total	%
Ensino Fundamental	35	43,20
Ensino Fundamental Incompleto	13	16,04
Ensino Médio	13	16,04
Ensino Médio Incompleto	16	19,75
Ensino Superior	1	1,23
Outros modos de aprendizagem	2	2,43

Os questionários eram entregues aos internautas no início de seu horário de navegação. Eles foram realizados no Aristides Vinholes, nos dias 03, 11 e 26/10 e 01/11/2007. No Farol Telêmaco Borba em 13 e 14/10/2007. E no telecentro Paranavegar Vila Real em 04, 17, 18, 19 e

20/10/2007. No caso do Vila Real, em que o tempo de uso era de somente meia hora, os internautas acabavam ficando mais um tempinho para poder terminar de responder, pois muitos não queriam destinar o seu tempo de navegação para responder ao questionário, que precisava de cinco a dez minutos. Diferentemente da *Webgrafia*, os dados dos questionários foram sistematizados em conjunto, não discriminando cada telecentro. Nós resolvemos incluir o telecentro Telêmaco Borba, um Farol de Escola, na realização dos questionários e da *Webgrafia* por ter a particularidade de abrir aos sábados, à tarde, e aos domingos, para a comunidade. O telecentro Aristides Vinholes, um Farol de Praça, não oferece a internet aos sábados e permanece fechado aos domingos. Os estagiários do fim de semana são universitários e ganham uma ajuda de custo de um projeto comunitário. Os estagiários que atuam durante os dias de semana geralmente estão no terceiro ano do nível médio.

3.3.2 A midiografia do espaço/tempo dos telecentros

Com o que denominamos de *midiografia do espaço/tempo dos telecentros* tínhamos como meta caracterizar, pela descrição detalhada, a ambiência midiático-comunicacional dos espaços dos Faróis do Saber e telecentros Paranavegar. Compreendemos que essa ambiência é uma *tecnofera* composta de *sistemas de objetos e ações* específicos (SANTOS, 2002). Essa ambiência se constrói pela *vivência e percepção* do internauta dessa *espacialidade* (HARVEY, 2003), interagindo com uma arquitetura específica (muitas vezes padronizada, fixa), configuração e distribuição de computadores e periféricos, mesas e cadeiras que enunciam um determinado modelo cultural. Durante a pesquisa exploratória, coletamos documentos e entrevistas que constituem uma radiografia do “como deve ser” ou “como é” o telecentro a partir dos gestores (Celepar – Paranavegar – e Secretaria Municipal de Educação – Faróis). Confrontamos esse discurso oficial com

as observações que registramos durante a nossa permanência dos telecentros investigados, no momento mesmo em que os internautas atuam no telecentro, com seus fins (jogar, conversar, fazer currículo, mandar e-mail, procurar emprego na web, fazer trabalhos escolares etc.), desejos/emoções (diverti-se, encontrar alguém, matar saudades, ter companhia, sair um pouco de casa etc.), conflitos (disputa por computadores, não dar conta de registrar usos, impressão de documentos além do permitido, quebra de regras, estar na sala sem ter reservado um horário, conversas paralelas, chegar depois do horário reservado, máquina com problemas etc).

Como primeiro procedimento, realizamos o *registro e a descrição do espaço informacional arquitetônico de cada telecentro*, a partir de anotações em dois tipos de *diário de campo: textual e digital*. Registramos informações significativas: impressões *cinésicas* e *proxêmicas* (HALL, 2005a, 2005b) no diário textual²⁵⁷ sobre as formas do acesso às salas, as acomodações para os que aguardam seu horário; das sensações sobre as dimensões, luminosidade, ventilação e espaços de circulação do ambiente; o número de computadores e a forma como estão distribuídos no espaço, além do próprio espaço entre as máquinas; o tipo e a qualidade das acomodações. Também comparamos as semelhanças e diferenças arquitetônicas de ambos os projetos que serviram de problematização da ambiência no capítulo 1. Para narrar essas comparações e estabelecer um diálogo com os dados escritos, produzimos imagens com câmera digital, tomando-o como um *caderno de campo digital*

257 C. Wright Mills (1975) indica a produção de um diário como parte do artesanato intelectual, inclusive para registrar “pensamentos marginais” advindos de pensamentos da vida diária, de conversar que ouvimos na rua, até mesmo sonhos. No momento da observação mesma nos telecentros, certas impressões ou *insights* se produzem ou são provocados somente naquele contexto, naquele momento (*timing*), sem o registro, perdem-se como possibilidade de levar a um raciocínio estruturado.

(ACHUTTI; HASSEN, 2004).²⁵⁸ Na articulação da narrativa textual com a imagem capturada digitalmente, “importa que nos demos conta de que, no limite do texto, a fotografia pode avançar ‘iluminando’ certas passagens e, no limite da fotografia, o texto cumpre um papel analítico insubstituível” (ACHUTTI; HASSEN, 2004, p. 277). No Telecentro Vila Real, os internautas esperam num corredor, a sua vez. As cadeiras são estofadas, mas foram doadas. Precisam de manutenção (Fotos 11, 12, 13).

Foto 11 – Vila Real – Corredor de acesso ao telecentro



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

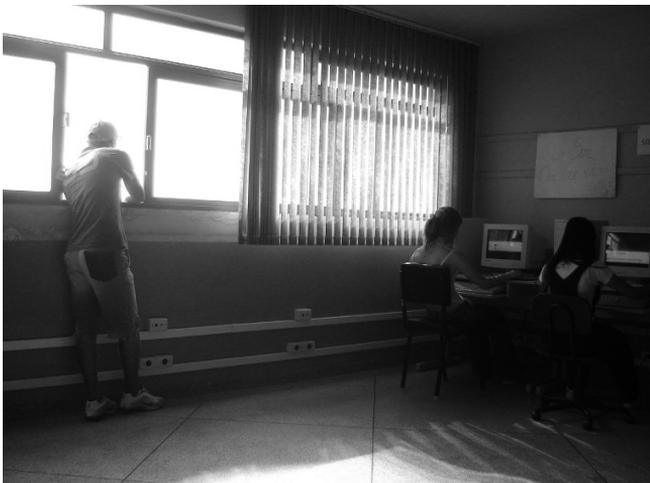
258 “O filme e a prata não são mais os elementos. Falamos em pixels, bits e memória (não somente cartões de memória, mas a memória como suporte da identidade individual e coletiva). As câmeras fotográficas digitais garantiram consideráveis mudanças no trabalho de campo. Talvez sua principal diferença em relação à fotografia convencional seja a possibilidade de se poder ver as fotografias “no lugar” e, mais importante ainda, poder selecioná-las “no lugar” (ACHUTTI; HASSEN, 2004, p.278). Ao mesmo tempo, isso pode se converter num problema, segundo os autores, pelo risco de perder um tempo precioso dos sujeitos da pesquisa ou para a observação, ao demorar em avaliando as “melhores” as fotos. E a sensação de poder descartar as não classificadas, pode fazer perder imagens que, distante do calor da hora, teria um valor para a pesquisa ou como registro histórico.

Foto 12 – Vila Real – As acomodações para o internauta navegar



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Foto 13 – Vila Real – Parte da sala fica vazia e no fim da tarde, precisa-se da cortina veneziana



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

No telecentro Aristides Vinholes, a escada é íngreme, mas os portadores de necessidades especiais podem acessar um computador no térreo. Há uma mesa com cadeiras para estudos e atividades de leitura, mas são usadas em horários em que não há navegação no telecentro. Pela regra, no horário de uso dos computadores, só deve permanecer quem está navegando. As cadeiras para os internautas são desconfortáveis e em péssimo estado de conservação (Fotos 14, 15, 16).

Foto 14 – A. Vinholes – Escada de acesso ao mezanino



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Foto 15 – A Vinholes – Cadeiras ficam disponíveis, mas poucas vezes são ocupadas pelos internautas. Quem não está navegando é convidado a descer



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Foto 16 – A. Vinholes – Acomodação dos internautas não é muito confortável



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Esse procedimento foi ampliado com um segundo tipo de anotação: a *observação e registro* (textual e digital) *de como os internautas vivenciam e ocupam o espaço midiático-comunicacional do telecentro*. A proposta pretendeu captar os fluxos, as rotinas, os contatos interpessoais durante as vivências do espaço do telecentro pelos internautas. Registramos em apontamentos textuais e imagens digitais: se os internautas vêm individualmente ou em grupo; como ocupam e configuram o seu espaço pessoal num espaço público; como estabelecem ou interditam a conexão e contato com outros internautas presentes e que meios usam para isso; como se comportam diante das regras de convivência propostas pelo projeto, informadas em cartazes espalhados pelo ambiente.

As imagens possibilitaram visualizar os acontecimentos registrados no diário de campo. No Aristides Vinholes, dois internautas sempre vêm ao telecentro no horário das 11h e procuram ficar juntos, nas máquinas 6 e 7. Um dos entrevistados, *Wilton*, 17 anos, internauta no Aristides Vinholes, disse na entrevista em profundidade que a disposição dos computadores na sala é para facilitar a vigilância exercida pelo estagiário. Um internauta vai em auxílio de uma garota que estava com dificuldades em encontrar um endereço na web (Fotos 17, 18, 19).

Foto 17 – A. Vinholes - Dois internautas, às 11h



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Foto 18 – Visão dos computadores e da sala, a partir da mesa do estagiário



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Foto 19 – Um internauta se inclina para ajudar outro com o navegador



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

No telecentro Vila Real, duas amigas chegam juntas, vão até a mesa da estagiária, confirmam sua reserva de horário e sentam em duas máquinas próximas. Em outro momento, a sala fica movimentada, pois alguns internautas se demoraram a sair. E uma internauta arrisca dar uma olhadinha para ver em que site a outra internauta está navegando naquele momento (Fotos 20, 21, 22).

Foto 20 – Duas internautas para o próximo horário



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Foto 21 – Estagiária, ao fundo, presta auxílio a internauta



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Foto 22 – Internauta arrisca uma olhadinha no que faz a outra



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Na pesquisa exploratória, embora tenham sido significativas, as fotografias digitais foram trabalhadas como um instrumento de coleta de informações, como um inventário dos telecentros. Embora não tivéssemos a pretensão de realizar uma *fotoetnografia*,²⁵⁹ algumas lições dessa prática metodológica nos ajudaram no processo de pesquisa de campo, principalmente no que diz respeito ao planejamento prévio das imagens que íamos realizando. Nesta segunda parte de registros fotográficos para a *midiografia* dos telecentros, captar melhor a situações foi possível por que já havíamos realizado uma pesquisa exploratória e tínhamos uma dimensão prévia dos aspectos apontados. O advento da fotografia digital como

259 Proposta metodológica desenvolvida por Luis Eduardo Achutti, “A fotoetnografia pressupõe alguns elementos para a sua constituição, como a utilização de fotografias sem textos explicativos entre as imagens ou o uso de legendas. A narrativa deve ocorrer unicamente pelas imagens que apresentem, em si e entre si, uma construção de sentido” (BIAZUS, 2006: 304).

modo de registro e possibilidade de descrição não é o essencial na pesquisa. O que segue sendo fundamental “é a sensibilidade do olhar, que sente o que acontece e escolhe o momento e o lugar do registro, assim como a sequência mesma de acontecimentos registráveis”. (GALINDO CÁCERES, 1998, p. 356).

3.3.3 Os procedimentos de entrevista e a definição do corpus da pesquisa

Tínhamos em vista captar nas entrevistas em profundidade as significações sobre essa ambiência midiático-comunicacional, em suas condições concretas de uso, que são produzidas por eles, a partir de suas vivências e percepções do tempo/espaço dos telecentros, dando abertura para que também “imaginem” suas ambiências. Ou seja, contar com os sujeitos da pesquisa para que com suas palavras falem sobre o que acontece no espaço dos telecentros, suas práticas materiais, espaciais, físicas e digitais (*o vivido*), de maneira que possamos identificar os signos e conhecimentos que dominam para compreender e refletir sobre tais práticas no espaço do telecentro (*o percebido*) e as invenções mentais e simbólicas que podem ser produzidas pelos internautas em suas narrativas, a partir da vivência e percepção desses espaços físicos e digitais (*o imaginado*).²⁶⁰ Para fazer relações necessárias entre as vivências e percepções dos internautas sobre os telecentros, como ambiência midiática digital que passou a fazer parte do seu cotidiano, optamos no enfoque da *entrevista em profundidade* pela linha da *história de vida midiática digital*, compreendendo os períodos de sua experiência com a mídia tradicional e as mídias digitais.

260 Nossa proposta é uma apropriação das dimensões dos conceitos de *vivido*, *percebido* e *imaginado* desenvolvidos por David Harvey a partir de Lefebvre (HARVEY, 2003, p. 201).

Não se tratou de uma proposta metodológica de *história de vida* como concebida *strictu sensu* e consolidada na etnografia,²⁶¹ mas como método inspirador e autorreflexivo para se pensar e apropriar-se do processo de entrevista em profundidade, uma vez que não se trata de uma pesquisa-ação ou participante de longo prazo, mas de uma observação que quer informar-se sobre os hábitos midiáticos e digitais no cotidiano dos internautas, e que não dispõe de estratégias de implicação direta e ativa no dia a dia do grupo (GARCÍA FERRANDO; SANMARTÍN, 1996, p. 121). Essa inspiração metodológica de “confiança ambígua”²⁶² nos faz ver o desafio de construir uma relação de intensidade com os entrevistados num período de tempo relativamente curto. Mesmo se tratando de uma entrevista em profundidade que deseja captar a *história de vida midiática* dos internautas, a sua “efetivação exige um considerável esforço do pesquisado, portanto deve ser efetuada quando as condições de amadurecimento da inter-relação pesquisador-pesquisado alcancem um nível bom de produtividade e criação” (MALDONADO G. DE LA TORRE, 2000, p. 6). Os três momentos da problematização da investigação estão diretamente relacionados às experiências de midiaticização digital dos internautas: na conexão das espacialidades física, digital e pessoal no ambiente dos telecentros, nas relações entre a experiência digital do internauta nos telecentros e seu cotidiano e, por fim, a sua vivência digital e

261 Que envolve processos de *exploração, descrição e análise de fundo* das histórias de vida, em vários momentos, com idas e vindas, retomadas, num processo temporal longo e intenso, paralelo a outros registros etnográficos de imersão na vida da população investigada (GALINDO CÁCERES, 1998, p.371-375).

262 Mills adverte que o pesquisador tem que ser, ao mesmo tempo, “confiante e cético em relação à sua experiência” (1975, p. 213), e essa ambiguidade o mantém vigilante sobre suas próprias práticas de pesquisa de campo. Neste aspecto, a articulação da entrevista em profundidade com o diário de campo textual é fundamental também como espaço de pensar-se do pesquisador, ao tomar nota sobre si, em campo, enquanto aplica os procedimentos de pesquisa.

as transformações de sua cultura midiática. A partir destes três momentos, organizamos as etapas e módulos da entrevista em profundidade com enfoque na história midiática.

Ao articular, qualitativamente esse conjunto plurimetodológico, em que cada procedimento é interdependente dos demais, definimos pela realização da investigação sistemática em dois telecentros o *Farol de Praça* Aristides Vinholes, no bairro do Xaxim, do projeto *Faróis do Saber*, e o Telecentro da Comunidade Vila Real, no bairro Orleans, do *Paranavegar*. Ambos possuem conselho gestor com membros da comunidade, que é uma mediação significativa para a investigação,²⁶³ em função dos propósitos estabelecidos na *mediografia do espaço/tempo dos telecentros*.

Procuramos criar estratégias para se chegar a “informantes” considerados *personagens relevantes* (ACEVES LOZANO, 1998) para a problemática a que nos propusemos nesta investigação. Foi a partir da permanência em cada telecentro, que passamos a conversar informalmente com internautas e ganhar a confiança das pessoas. Contudo, foram muitas as dificuldades por força das temporalidades dos internautas em dispor de tempo para uma conversa mais prolongada. No capítulo 4, apresentamos um perfil de cada um dos entrevistados. Aqui, tratamos cada um por um pseudônimo para preservar sua identidade.

Claudinha, 14 anos, solteira, cursando 8ª série, estudante, mora com mãe, padrinhos e primos, filha única. Telecentro Vila Real, em 14/11/2007.

263 Tanto o Telecentro Aristides Vinholes como o Telecentro Vila Real foram classificados pelos organismos responsáveis, Coordenação de Estágios dos Faróis do Saber e Celepar, respectivamente, como bairros periféricos, de risco social e com famílias de baixo poder aquisitivo. O A. Vinholes funciona de segunda a sexta, das 9h às 21h, e no sábado, das 9h às 13h. Vila Real tem atividades de segunda a sexta nos turnos de 8h-12h, 14h-18h e 18h-20h. No sábado, funciona das 8h até ao meio-dia. Portanto, atendem em sua temporalidade de funcionamento a todos os turnos: manhã, tarde e noite.

Johny, 17 anos, solteiro, 1º ano do Ensino Médio, estudante, reside com Avô e irmão. Telecentro Vila Real, em 07/11/2007.

Wilton, 17 anos, solteiro, Ensino médio (3º ano), menor aprendiz, reside com os pais, é filho único. Telecentro Aristides Vinholes, em 08/11/2007.

Angélica, 17 anos, solteira, 3º ano do Ensino Médio, estudante, reside com tia e duas primas. Telecentro Aristides Vinholes, em 08/11/2007.

Emanuel, 24 anos, Ensino Médio e cursa Téc. Seg. no Trabalho, vendedor de materiais de construção, mora sozinho. Telecentro Aristides Vinholes, em 01, 08 e 09/11/2007.

Procuramos compor com a *entrevista em profundidade* uma “trama narrativa reconstrutora dos sentidos” (MALDONADO G. DE LA TORRE, 2000, p. 6) sobre a *digitalização* como mediação da experiência dos sujeitos que vivenciam as condições de produção e reprodução de sentidos em telecentros de acesso público gratuito. Partimos de uma entrada exploratória contextual e mais espontânea sobre a organização dos espaços/tempos da vida dos sujeitos entrevistados. Em seguida, abordamos com cada um temática da problemática, relativa às suas vivências, percepções e representações sobre as espacialidades físicas e digitais (ciberespaço) do telecentro em conexão com a sua espacialidade pessoal. Buscamos explorar sua experiência midiática e identificar transformações em sua rotina em relação às suas competências e habilidades pessoais, em termos culturais e cognitivos e em suas práticas sociais e políticas, as experiências de contato com a internet e programas de código aberto. Por fim, aprofundamos sobre o histórico dos modos de consumo midiático desenvolvidos por ele, marcas históricas significativas da presença da mídia em seu cotidiano e as negociações de sentido que opera com as informações, gêneros e formatos midiáticos.

4

Da digitalização do cotidiano ao cotidiano digital

No final de uma manhã quente em Curitiba, na Vila São Pedro, bairro do Xaxim, o estagiário do telecentro do *Farol do Saber* Aristides Vinholes anuncia o final do horário das 10h para os internautas. São 11 horas, do dia 11 de outubro de 2007. O sol já faz efeito na estrutura de metal e vidro do edifício em forma do Farol de Alexandria. As cortinas amenizam os raios que atravessam as janelas de vidro, mas não impedem o calor que se faz intenso no mezanino, onde estão instalados sete PCs conectados ao servidor de rede, no modelo *thin-client* (“cliente-magro”). Os seis internautas vão saindo um a um. São quatro garotos, um adolescente e um jovem. A sétima internauta, uma adolescente, deixara a máquina número sete, na extremidade oposta da sala, por volta das 10h30. Ela passou 20 minutos fazendo buscas no *Google*, depois entrou no seu *e-mail* do *Hotmail* nos dez minutos seguintes, alternando-o com a janela do *Google*.²⁶⁴ Os internautas, do horário das 11h ao meio-dia, começam a subir a escada em espiral que dá acesso ao mezanino. Eles recebem a ficha com o número do PC no balcão de atendimento da biblioteca do *Farol*, que fica no térreo. Um menino

²⁶⁴ Estes dados foram registrados no instrumento de pesquisa “Ficha de usos da navegação nos Telecentros”.

ocupa o PC1 e uma adolescente senta-se à frente do PC2. Os PCs 3 e 5 ficam vazios. O número 4 é ocupado por uma menina. Os computadores 6 e 7 são ocupados, respectivamente, por um rapaz com 19 anos e uma mulher de 32 anos.²⁶⁵ Eles vieram juntos. Por curiosidade, voltamos ao térreo para conversar com a coordenadora do *Farol*, pois ela havia falado sobre um casal de amigos que sempre vinham juntos, diariamente, no mesmo horário, às 11h, e procuravam sempre usar as mesmas máquinas, a 6 e a 7. Eram eles!

Vila Real, bairro de São Braz, em Curitiba, 17 de outubro de 2007. Estamos no telecentro *Paranavegar* Vila Real, localizado no primeiro piso do salão da igreja católica do lugar. Dois lances de escada e um corredor nos separam da sala do telecentro. É um dia de sol, que, no horário da tarde, bate de frente com o local. Uma parede de alvenaria e uma cortina amenizam o calor e a intensidade da luz. O telecentro tem um servidor conectado a seis máquinas no modelo *thin-client*, mas somente cinco delas são do projeto *Paranavegar*. O primeiro PC, próximo à entrada, é do *Portal da Cidanania*, e só é ligado no turno da noite, das 18h às 20h.²⁶⁶ No horário das 14h30 às 15h, só encontramos a estagiária e um internauta, um jovem de 19 anos. Ele lê e responde recados no *Orkut* durante seus 30 minutos de uso, alternando, de vez em quando, com o site do *Paranautas*, da torcida do *Paraná Clube*, e com a página em que se pode escolher “a musa do futebol brasileiro” no site do programa esportivo da *Rede Globo*, o *Globo Esporte*. Ao encerrar seu horário, ele sai da sala. Duas adolescen-

265 Eles responderam ao questionário da pesquisa. Tentamos envolvê-los na entrevista em profundidade, mas seus horários eram sempre limitados a esse período e não foi possível agendar outro período com o tempo necessário para a entrevista.

266 Os estagiários bolsistas do projeto *Paranavegar* atuam somente no turno da manhã e da tarde, de segunda a sexta-feira. Durante a semana, das 18h às 20h, e no sábado das 8h ao meio-dia, o membro do conselho gestor e da associação de moradores, Senhor Erni, fica responsável pelo monitoramento. É ele que tem a senha para liberar o PC do *Portal da Cidanania*.

tes chegam somente às 15h20, tinham agendado para às 15h. A estagiária resolve então cronometrar até 15h50. A regra seria remarcar o horário para um outro momento, ou usar somente os dez minutos que restavam. É uma exceção que ela arbitra, por haver somente uma reserva de horário de 15h30 até 16h. Chega um jovem que tinha marcado horário para as 15h30. Ele navega no *Orkut* e alterna com um programa de *chat*. Uma das adolescentes olha uma foto no *Orkut* e começa a rir alto, todos olham para ela. A estagiária, que atua no servidor, entre as máquinas das duas adolescentes, não reclama. A adolescente que riu chega a fazer um comentário para a estagiária sobre a foto. A outra garota olha também, mas não fala nada. Um jovem que havia marcado para as 16h, chegou um pouco antes. Dirigiu-se até a mesa da estagiária e a cumprimentou com um beijo no rosto. Quando chegou sua hora, em menos de dez minutos, encerrou a navegação. Ele checkou sua página do *Orkut* e tomou nota de um telefone celular que estava em um dos recados que lhe deixaram e se despediu.

As *vivências* nos telecentros *Farol do Saber* Aristides Vinholes e *Paranavegar* Vila Real farão parte de toda a narrativa deste quarto capítulo, no qual buscamos caracterizar cada uma das ambiências midiático-comunicacionais, descrever e relacionar a experiência digital dos internautas com sua vivência cotidiana e, por fim, identificar e interpretar possíveis transformações e distinções nas práticas culturais de consumo e reprodução do midiático no cotidiano dos internautas.

4.1 A ambiência midiático-comunicacional dos telecentros: características e interconexões entre espacialidades físicas, digitais e pessoais

As características e interconexões entre as *espacialidades físicas* (arquitetônica, disposição de objetos e tecnologias), *pessoais* (semiosfera pessoal) e *digitais* (ciberespaço) são aspectos fundamentais para

compreender a natureza da ambiência midiático-comunicacional dos telecentros. Um aspecto, por exemplo, que muitas vezes passa despercebido aos gestores e à maioria dos internautas é a *condição de acesso* ao telecentro. Essa diz respeito tanto às condições estruturais como organizacionais e tecnológicas.

Quanto à estrutura arquitetônica de acesso, todos os telecentros do projeto *Faróis do Saber* estão localizados no mezanino da estrutura, ao qual se chega por meio de uma escada em espiral. Para deficientes físicos, esse acesso seria impossível. Por isso, um oitavo computador fica no térreo da biblioteca.²⁶⁷ No telecentro Telêmaco Borba, no bairro Atuba, que é um *Farol de Escola*, o acesso externo é também uma escada, para alguém que usa cadeira de rodas entrar no térreo, somente se vier por dentro da escola municipal Anísio Teixeira. Já no Aristides Vinholes, *Farol de Praça*, não há esse problema. No telecentro *Paranavegar* Vila Real, um portador de deficiência física só chegaria à sala carregado nos braços por alguém. O único acesso possui dois lances de escadaria.²⁶⁸ Tanto o projeto *Farol do Saber* como o projeto *Paranavegar* possuem espaços para portadores de necessidades audiovisuais, mas ambos ficam no centro de Curitiba.²⁶⁹ Dos 81 internautas que responderam o questionário, 32,09% frequentam os telecentros, há um ano, e 23,45% o fazem há mais de um ano (Tabela 18). Somente 34,56% têm computador em casa (Tabela 19). Em termos

267 Observamos que este computador não consta no sistema de reservas, que se restringe aos PCs que se encontram no mezanino. Quando não há um portador de necessidades especiais, é usado para consultas no sistema da biblioteca.

268 Esse problema diz respeito somente ao Vila Real, no telecentro *Paranavegar* da Biblioteca Pública do Paraná, visitado na pesquisa exploratória, há acesso para cadeirantes.

269 Biblioteca Pública do Paraná, no caso do Projeto *Paranavegar*, e telecentro na Rua 24 Horas, administrado pelo Instituto Curitiba de Informática, empresa municipal parceira do projeto *Faróis do Saber*.

de acesso à internet, o índice aumenta, 82,61% não possuem acesso em casa (Tabela 20).

Tabela 18 - Há quanto tempo você usa os computadores no telecentro?

	Total	%
1 Mês	8	9,87
3 Meses	8	9,87
6 Meses	10	12,34
Menos de 1 mês	10	12,34
1 Ano	26	32,09
Mais de 1 ano	19	23,45

Tabela 19 - Tem computador em casa?

	Total	%
Sim	28	34,56
Não	53	65,43

Tabela 20 - Tem internet em casa?

	Total	%
Sim	9	11,11
Não	67	82,61
NR	5	6,17

O acesso ao espaço do telecentro é *percebido e representado* (HARVEY, 2003) pelos internautas entrevistados com relação ao sentido de *proximidade*. Consideram o acesso pelo fato de morarem perto do telecentro, ou de estarem próximos de um lugar em que pessoas se encontram, como é o caso da igreja da comunidade Vila Real, ou das escolas ao redor da Praça Nelson Monteiro, onde fica o Aristides Vinholes. A proximidade também é associada à localização num espaço de conexão entre fluxos de maior distância do bairro, como é o caso de um ponto de ônibus. Poder agendar

um horário de uso por telefone também é avaliado como elemento facilitador do acesso ao telecentro.

Pra mim é simples... Todo mundo mora mais ou menos aqui perto, então é fácil assim o acesso [*Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007].

Ah, o local é um lugar bom (...). Várias pessoas vêm aqui para a igreja e já vêm aqui no telecentro. E já podem vir acessar. Não é um lugar de difícil acesso, é um lugar de fácil acesso [*Johny*, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007].

Eu acho fácil. É um ponto, vamos dizer assim, que é fácil: perto da praça, perto do colégio. É um ponto de fácil acesso, até porque passa o ônibus ali na frente [*Wilton*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Ah, eu acho bom. É fácil porque você vem aqui para usar a internet e pode ligar para marcar um horário ou você pode vir aqui pessoalmente [*Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Observamos que tanto o Vila Real como o Aristides Vinholes fazem agendamento por telefone. Contudo, faltar a um agendamento por telefone num *Farol do Saber*, três vezes seguidas, sem avisar quatro horas antes de antecedência, faz o internauta ter seu acesso proibido por uma semana.²⁷⁰ Essa restrição aponta para um outro aspecto do *acesso*, que diz respeito à *organização* da ambiência física e as *regras* que regem o *agir*

270 “Normas para o uso dos computadores nos Faróis do Saber”, documento fotocopiado e cedido pela *Gerência dos Faróis do Saber* (Curitiba, setembro de 2006).

simbólico (SANTOS, 2002) dos internautas no lugar. “É tudo bem organizado. Quando você chega, a menina que cuida já te atende. É assim o tempo inteiro”, diz a internauta *Claudinha*, sobre o *Paranavegar Vila Real*. Tanto no agendamento por telefone, como no presencial, a estagiária do Vila Real já reconhecia o código do internauta em instantes. Chegava ao ponto, às vezes, de antecipar o tipo de atividade a que a pessoa se propunha,²⁷¹ pela regularidade com que o internauta vinha ao telecentro e executava sempre a *mesma ação* (BOURDIEU, 2004a/b).

O tipo de postura do estagiário diante das regras também interfere nas estratégias de acesso dos internautas, pelo clima que se produz na ambiência do telecentro. No Aristides Vinholes, há a proibição do acesso ao *Orkut* por menores de 16 anos, contudo as crianças que têm *Orkut* procuram o telecentro no período da tarde, no qual, a estagiária era menos severa na vigilância sobre o tema. Para conquistar sua simpatia e tolerância, sempre traziam alguma guloseima como sinal de gratificação. Em alguns momentos, quando estávamos observando os internautas, a estagiária chegou a advertir algumas para que saíssem do *Orkut*. Avaliamos como sendo a nossa presença ali, na situação de interação, que provocou esse tipo de comportamento *representando* um *maior rigor*, ou seja, ela passou a *atuar* como estagiária (GOFFMAN, 2006). O rapaz do horário da manhã tinha uma imagem mais sisuda e rígida, que era fortalecida pelo seu tamanho e a forma como anunciava o encerramento de cada horário: com olhar firme, com voz alta e timbre seco. No Vila Real, também os adolescentes e crianças frequentavam mais os horários da tarde, pois, à noite, quem monitorava o ambiente, voluntariamente, era o próprio presidente da associação de moradores. Dos 81 internautas que responderam o questionário da pesquisa, a maioria disse frequentar os telecentros no horário

271 No dia 17/10/2007, no horário entre 17h e 17h30, duas adolescentes estavam entrando na sala e a estagiária perguntou: “É Orkut, né?”. Elas responderam: “Sim!”.

da tarde (65,43%), enquanto que 22,22% vinham mais pela manhã e 16,04% escolheram o turno da noite (Tabela 21)

Tabela 21 - Em que parte do dia você costuma vir ao telecentro?

Período	Total	%
Manhã	18	22,22
Tarde	53	65,43
Noite	13	16,04
Não respondeu	1	1,23

Para o internauta *Emanuel*, a regra de proibir totalmente o acesso ao *Orkut*, que foi flexibilizada em 2006, deveria voltar, pois a maioria das máquinas estava sempre ocupada com internautas no *Orkut*: “Atrapalha a vida de muita gente, para quem quer levar um trabalho a sério”.²⁷² Se na vivência de *Emanuel* da espacialidade digital na ambiência do telecentro, o *Orkut* não representa um lugar central em sua *semiosfera pessoal*, não podemos dizer o mesmo para a maioria dos que responderam ao questionário no Aristides Vinholes, Telêmaco Borba e Vila Real. Foi solicitado que os internautas apontassem os três ambientes em que mais navegam na internet (Tabela 22). O *Orkut* recebeu 85,18% das indicações, seguido do programa de conversação *MSN*, com 41,97%, e do *Google*, com 34,56%. Os sites de jogos, música e humor obtiveram 33,33% e os provedores de *e-mail* 24,69%.

272 Entrevista com *Emanuel*, 24 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007.

Tabela 22 – Diga os três sites que você mais acessa:

Sites por categoria	Total	%
Orkut/Meebo	69	85,18
Google	28	34,56
MSN – Hotmail	34	41,97
You Tube	9	11,11
Jogos, Música, Humor	27	33,33
Sites de Busca	4	4,93
Site provedor de e-mail	20	24,69
Serviços (Banco, Governo, Emprego, Telefonia)	11	13,58
Jornais TV e Rádio	9	11,11

Seja na liberação de determinados espaços digitais, ou na restrição da navegação em outros, as regras de convivência da ambiência do telecentro também atuam na vivência da *espacialidade digital*. Torna-se crucial, então, compreender essa *espacialidade* (o ciberespaço), não como uma abstração ou algo quase infinito e imaterial, a partir das *assimetrias* (PISCITELLI, 2005) das *condições materiais vividas e percebidas* pelos internautas, segundo regras e tecnologias de cada ambiência, *necessárias para deflagrar o ciberespaço* (FRAGOSO, 2003). Se o principal motivo é a boa convivência e evitar o constrangimento do outro, há sempre os que tentam ultrapassar as proibições impostas ao ciberespaço. Um primo de *Claudinha* pegou suspensão no telecentro Vila Real por que entrou num site de pornografia. Ela não soube especificar se ele entrou intencionalmente ou não, pois há determinados *links* que recebemos em e-mails que são verdadeiras armadilhas. Como punição, o garoto ganhou um mês de suspensão. *Claudinha* viu como um possível aprendizado a determinação: “Agora ele está um mês em casa. Então, eu acho que isso vale a pena, para

ele aprender, porque ele sabe que não pode”.²⁷³ No projeto *Paranavegar*, os protocolos não fazem restrições a endereços de pornografia, cabe ao monitor ou aos responsáveis pelo telecentro realizarem a vigilância. No entanto, os filtros de segurança programados diretamente no sistema, como é o caso do Projeto *Farol do Saber*, podem gerar alguns inconvenientes para os internautas. *Wilton* criou um correio eletrônico, no ambiente digital do *Gmail*, programa e servidor de *e-mails* oferecido gratuitamente pelo *Google*, mas, por estar bloqueado, não conseguia acessá-lo no Aristides Vinholes. *Wilton* usa o *Gmail* para arquivar materiais que julga importante de seus trabalhos de colégio. Não acessar o *Gmail* provocou nele uma sensação de restrição e impossibilidade. “É ruim, porque às vezes eu tenho alguma coisa importante para ver, para salvar. Aí, não consigo salvar. Bem ruim. Isso impossibilita várias coisas”.²⁷⁴

As condições técnicas e o perfil das ferramentas (FRAGOSO, 2003) dos computadores também operam como redutores ou barreiras para a vivência e o aprendizado na *especialidade digital* nos telecentros. *Emanuel* encontra dificuldades, no Aristides Vinholes, para acessar vídeos do *Youtube* e determinados cursos gratuitos que usam ferramentas de vídeo. O problema pode ser decorrente do compartilhamento da velocidade de conexão do telecentro, da baixa memória das placas de vídeo ou a falta de alguns *plugins*.²⁷⁵ Quando encontra essas restrições técnicas, *Emanuel*

273 Entrevista com *Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007.

274 Entrevista com *Wilton*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

275 Este dispositivo foi comentado no capítulo 2, mas resolvemos retomar aqui sua caracterização. “Na informática, um *plugin* ou *plug-in* é um (geralmente pequeno e leve) programa de computador que serve normalmente para adicionar funções a outros programas maiores, provendo alguma funcionalidade especial ou muito específica. Os exemplos típicos são os para exibição de figuras (por exemplo, o SVG, se um navegador não o suporta), para rodar arquivos multimídia, para criptografar e decriptografar e-mails (e.g.: PGP) num programa de

acaba recorrendo às *lan houses*. “O que eu tenho que fazer, nesse sentido, é sair dali e ir para uma *lan house*. Daí, tenho que pagar para ver o que eu quero”.²⁷⁶ No telecentro Vila Real, as máquinas não são recicladas, foram compradas novas em edital governamental, o que torna possível ver vídeos no *Youtube*, mas não se pode ouvir a informação sonora.²⁷⁷ Não há dispositivos de áudio nos computadores. No entanto, os internautas, em suas *maneiras astuciosas de empregar* os poucos recursos disponíveis (CERTEAU, 2000), buscam no contexto da limitação criar estratégias de interpretação da informação, mesmo sem ter acesso a parte dela. *Johnny* acessa vídeos no Vila Real, mesmo sem o som. Ele procura vídeos que se apoiem mais nas imagens como forma narrativa: “Por exemplo, se você quer ver um vídeo que não precisa de som, que dá para entender, dá para ver. E quando não dá [quanto o áudio é importante para a compreensão] se assiste mesmo sem o áudio”. Mas admite que a restrição técnica é um complicador: “Ah, é meio estranho, né? Porque, por exemplo, você quer ver uma pessoa, um carro ou alguma outra coisa... Daí, quando ele andar, você já vai saber”.²⁷⁸

Os internautas reconhecem a importância das regras e normas, ao ponto de ser possível encontrar até internautas que conhecem todas as regras, inclusive as que não valem mais.

e-mail, ou para filtrar imagens em programas gráficos. No *internet explorer* do *Windows*, há varios tipos de *plug-ins* por exemplo: - *plug-in* do *quick time* que permite rodar arquivos do *apple quick time* no navegador -o *macromedia flash player*” Fonte: Wikipédia em português, acesso em 30/08/2007 [<http://pt.wikipedia.org/wiki/Plugin>].

276 Entrevista com Emanuel, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007

277 O projeto *Paranavegar* também tem telecentros em que as máquinas são recicladas. Visitamos o centro de manutenção e reciclagem de computadores, na sede da Celepar, em Curitiba, em setembro de 2006.

278 Entrevista com *Johnny*, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007.

Isso é legal. Já pensou se todo mundo entrasse com bicicleta ali dentro? Ou se todo mundo viesse e esperasse lá dentro, ou se alguém entrasse e, de repente, acendesse um cigarro. Então, é muito legal ter regras [Claudinha, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007].

Lá embaixo fala que o *Orkut* é proibido para menores de dezesesseis anos, que não pode acessar site pornográfico. Imprimir: pra impressão só três folhas por pessoa. Antigamente tinha aquela parte de desistência, que era de dez minutos, isso também estava no aviso. Vamos dizer assim: se não é para ajudar, é para conscientizar os usuários. É interessante ninguém acessar site pornográfico do seu lado, senão as outras pessoas vão ficar constrangidas [Wilton, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Na experiência de observação da vivência dos telecentros, registramos vários acontecimentos no diário de campo, que apontam um jogo tácito de constante adequação das regras, segundo as estratégias dos internautas. A regra dos dois projetos diz que só podem permanecer, no ambiente do telecentro, as pessoas que estão navegando, para evitar o que disse, acima, *Claudinha*: que todos esperem dentro da sala. Em vários momentos, presenciamos jovens, adolescentes, ou crianças que tentaram permanecer no ambiente próximos dos amigos que navegavam. Uma criança, no horário das 10h (11/10/07), ficou entre seus amiguinhos que estavam nos PCs 3 e 4, olhando-os jogarem. Com cada um dos braços tocava as cadeiras de ambos, como que aproximando-os e ria. O monitor chama sua atenção e diz: “Cai fora!”, mas sem tom ameaçador, ele ainda ficou por ali, depois se dirigiu ao monitor e pediu que fizesse sua carteirinha. Usou da regra, *fazer sua carteirinha*, como forma de permanecer mais um pouco na ambiência. Ao final, foi até um dos colegas, esfregou nele sua carteirinha, como que provocando e, só então, desceu as escadas. No

mesmo dia, um casal de irmãos, com provavelmente 8 ou 9 anos de idade, revezava-se no mesmo computador (PC3) e estava no *Orkut*. A estagiária viu a movimentação e fez duas advertências: não se pode revezar máquinas, nem crianças acessarem o *Orkut*.. Naquela mesma hora, outra criança, no PC2, estava tentando se cadastrar no *Orkut*, a estagiária não percebeu porque o pequeno, quando notava a sua presença, usava habilmente a função de alternar janelas. No telecentro Vila Real, no dia 19/10/07, no horário das 14h, três crianças navegavam no *Orkut*. No horário das 15h30, dois adolescentes navegam nos PCs 1 e 2 e conversavam entre si. Um rapaz que está na bancada da porta do telecentro, que separa a sala do corredor, ri e diz, apontando para o cartaz que pede silêncio: “Vocês não sabem ler?” Mais que enfatizar a regra, o rapaz joga com ela, pois se trata de um amigo dos dois que conversavam e o próprio acaba por quebrar uma outra regra, entrando na sala para olhar fotos que os dois colegas mostravam em seus álbuns do *Orkut* (Foto 23). As vivências acima são formas de jogar habilmente com as *regras do lugar em proveito próprio*, como se as assumisse para si, mas, na verdade, são *operações quase invisíveis* (CERTÉAU, 2000) na tentativa de se estabelecer na *especialidade física e simbólica* do telecentro e na *especialidade digital*, muitas vezes proibida.

Foto 23 - Internauta no ambiente fora do seu horário



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Por mais paradoxal que pareça, é no *jogo com as regras*, durante a interação, que se torna possível o fortalecimento dos vínculos entre os internautas na ambiência física do telecentro. Os representantes das instituições responsáveis pelo *Paranavegar* e *Faróis do Saber* e também autores que abordam o tema dos telecentros (WARSCHAUER, 2006; TRAMONTANO, 2003) destacam a possibilidade de uma maior vinculação entre as pessoas no bairro²⁷⁹. Um membro do conselho gestor do *Paranavegar* Vila Real, Aristides de Carvalho Júnior, ressaltou que é importante ter um PC em casa, mas que apoiar iniciativas coletivas seria mais interessante, pois colocaria os jovens em contato físico no ambiente do telecentro.²⁸⁰ Contudo, as regras foram pensadas justamente para pro-

279 Ver capítulo 1.

280 Conversa aberta com integrantes do Conselho Gestor do telecentro do Vila Real, Antonio Prim, 62 anos, aposentado, Alfredo Ribeiro dos Santos, 74 anos, aposentado, Amarildo José Miguel, 27 anos, vigilante, e Aristides de Carvalho Júnior, 30 anos, restaurador (Centro Comunitário Vila Real, Curitiba, 18/10/2007).

porcionar num espaço público a possibilidade dos internautas manterem com o computador uma relação privada: manter silêncio, permanecer na sala somente quem está usando os computadores, etc. Afinal, em sua origem o PC, ou *Personal Computer* foi concebido para o uso individual (SCHITTINE, 2004).

Mesmo que uma mesma família compartilhasse um único computador, era difícil viabilizar uma interação da família quando o indivíduo mergulhava no mundo para além da tela. Quando cada membro da família passa a ter o seu próprio computador, o aparelho toma dimensões individuais: é o programa que aquele indivíduo escolhe, com as ferramentas instaladas por ele, seus arquivos, suas pastas, sua agenda que, juntos, formam um diário íntimo ou um arquivo íntimo da vida daquela pessoa. É a individualidade evidenciada no ambiente de rede pelos possessivos “meu computador”, “meus documentos”, “minhas imagens” etc. (SCHITTINE, 2004, p. 55-56).

O uso coletivo em telecentros põe, em xeque, essa possibilidade de “meus documentos” ou “meu computador” no sentido de, por exemplo, personalizar a área de trabalho. Ela é programada em rede e é semelhante em cada máquina. A preservação ou não do “uso individual”, na ambiência pública, depende do sentido que os internautas, em sua *semiosfera pessoal*, atribuem às regras da *ambiência* do telecentro e aos seus interesses no momento em que estão navegando no *espaço digital*. Podemos ver certo sentido de uso privado na estratégia de alguns internautas em conseguir acessar internet sempre na mesma máquina. É o caso de *Johny*, que sempre tenta ficar com o PC2, entre o um e o PC1 do projeto *Portal da Cidadania*, no telecentro Vila Real, pois sabe que é o que melhor funciona para seus propósitos. Caso semelhante a *Emanuel*, no Aristides Vinholes, que sempre tenta ficar na máquina 3.

O primeiro assim... passou o cinzinha ali, que é daqui do pessoal [*Portal da Cidadania*], no outro. Porque ali, eu acho que trava menos. Eu vou entrar no MSN, ali, e já não trava [*Johny, 17 anos, internauta Paranavegar Vila Real, Curitiba, 07/11/2007*].

Tento, tento. Tem uma máquina lá... a máquina 3. Diria que é a única que tá, como se diz, funcionando com o motor bem [*Emanuel, 24 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007*].

Porém, esse sentido privado de tentar escolher a mesma máquina, pode se traduzir numa vontade de estabelecer contato e relação com outros na ambiência do telecentro. É o caso de *Angélica*, no Aristides Vinholes, que gosta de ficar sempre perto da monitora, que é sua amiga, para conversarem durante a navegação.

Ah, às vezes eu peço para colocar na mesma máquina, porque eu fico mais perto dela, dá para conversar mais com ela. E quando não, eu sempre fico na um ou na dois. É sempre assim [*Angélica, 17 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007*].

Segundo a regra, *Angélica* não deveria ficar conversando com outros internautas, muito menos com a monitora, a não ser para tirar dúvidas e pedir informações pontuais. Mas as lógicas das interações dentro da ambiência do telecentro não ocorrem baseadas somente nas normas. Até mesmo uma condição natural que afeta a arquitetura do telecentro pode influir nessa estratégia de escolher sempre a mesma máquina, ou de não escolher determinada máquina. No *Farol Telêmaco Borba*, depois das 15h, o sol bate contra a tela do computador 3, pois não há persianas e o edifício é todo de vidro, tornando quase impossível a navegação pelo *espaço digital* (Foto 24).

Foto 24 - Sol atrapalha navegação



Fonte: Juciano Lacerda, outubro 2007.

Esse paradoxo de um objeto tecnoinformacional, concebido como de uso privado, ser ofertado num ambiente coletivo é uma das características da ambiência midiático-comunicacional do telecentro e afeta o modo como a *semiosfera pessoal* do internauta se interconecta com a dimensão da *espacialidade digital*. A percepção de que é um ambiente em que o uso que faz do computador e sua navegação pela espacialidade digital pode ser vista por outros estimula alguns internautas a mudar hábitos de navegação, em função dos telecentros não terem determinados tipos de anteparos mais comuns em *lan houses*.

A única diferença é que tem coisas que você não abre ali, que você abriria em casa, entendeu? Algumas fotos tuas você nunca ia vê perto de outras pessoas. Claro só se fosse fechado, como tem em algumas *lan houses* [Claudinha, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007].

Por um lado, é bom. Você pode perguntar para a pessoa do lado como é que faz isso ou aquilo e, por outro lado, a pessoa vai ficar vendo o que você sabe. Tem umas coisas que você podia fazer em casa, se tem computador em casa, mas tem que fazer aqui, coisas mais íntimas [Johnny, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007].

É incômodo, né? Vamos dizer que é incômodo você estar do lado, ali, mas não é nada que não dê para suportar [Wilton, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Eu acho bom porque, tipo, a gente tá aqui, a gente conversa com várias pessoas diferentes. Você muda o seu jeito de pensar, você conhece pessoas diferentes, você sai daquele mundinho onde vive [Angélica, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

É possível ver também essa possibilidade de navegar ao lado de outras pessoas como ambiência propícia para trocar ideias, informações e ampliar sua *semiosfera pessoal* com novos sentidos, interagindo com/reconhecendo a diferença. Nos três telecentros observados (Aristides Vinholes, Telêmaco Borba e Vila Real), identificamos várias situações em que um internauta saía de seu computador para ajudar a outro, seja para criar um endereço eletrônico, encontrar um arquivo ou uma página web, formatar uma tabela ou explicar como enviar um documento para a impressora. A troca de endereços entre internautas de um determinado telecentro é tão comum ao ponto de identificarmos, por exemplo, em relação a jogos *on line*, que havia uma popularização do site *Microjogos* na espacialidade digital de grande parte das crianças observadas durante sua navegação no telecentro Aristides Vinholes. Sites de jogos, música e humor ficaram em quarto lugar entre os ambientes mais indicados pelos internautas, com 33,33% (Tabela 22).

Retomando o paradoxo do uso individual num espaço coletivo, a distância entre os computadores nos telecentros observados, durante a pesquisa de campo, também não possibilita uma *distância social*, que Edward T. Hall (2005b) caracteriza como de *fase remota*,²⁸¹ na qual, duas pessoas estariam num mesmo ambiente, mas sem se sentirem na necessidade ou obrigação de manter algum tipo de interação. Como as distâncias que se estabelecem entre as pessoas são culturais, é possível afirmar que, no Brasil, estas sejam menores que nos Estados Unidos, cultura analisada pelo autor. Hall determina essa distância como entre 2,10m e 3,60m, o que seria impraticável nos ambientes observados, onde o espaçamento entre as pessoas não ultrapassa 1,20m. Esta seria, para Hall, a distância mínima que caracterizaria a *distância social de fase próxima*, comum entre pessoas que trabalham juntas e precisam interagir ou que estão numa reunião social informal (HALL, 2005b, p. 150), ou seja, dá margens para a possibilidade de interação. Os internautas entrevistados avaliaram como suficiente ou boa a distância entre as máquinas.

A distância é boa, tem lugares que o computador é colado um no outro, a distância aqui é boa [*Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar Vila Real*, Curitiba, 14/11/2007].

Eu acho legal pra pessoa, é um espaço reservado pra ela mesma. Ela não precisa ocupar o espaço da outra, está bem dividido até por causa do tamanho aqui [*Wilton*, 17 anos, internauta *Farol do Saber Aristides Vinholes*, Curitiba, 08/11/2007].

281 “Uma característica da distância social (fase remota) relacionada aos conceitos da proxêmica é que ela pode ser usada para isolar ou separar pessoas uma das outras. Essa distância possibilita que elas continuem a trabalhar na presença de outra pessoa sem que pareçam estar fazendo alguma grosseria” (HALL, 2005b, p.152).

É boa a distância, você não fica com aquela coisa... Tem mais espaço, dá para você ver o que o outro está fazendo dá, mas, mesmo assim, se tem um bom espaço para respirar. Não fica muito um em cima um do outro [*Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

O internauta, tanto do Aristides Vinholes, como do Vila Real, não se sente pressionado ou invadido em sua espacialidade pessoal, mas, como afirmou *Angélica*, é possível ver o que o outro está fazendo. Essa possibilidade tanto é capaz de gerar processos de interação e troca de informações valiosas como gerar certos constrangimentos, pois enquanto se navega no *espaço digital*, a curiosidade na ambiência física do telecentro tem seus níveis de intensidade, diferentes situações e motivações. Enquanto o processador do PC baixa a próxima página ou abre um programa, a curiosidade sobre a relevância do que o outro está fazendo pode surgir. Ou mesmo a proximidade fazer com que as conversas entre dois outros internautas acabe chegando aos ouvidos dos demais, despertando, muitas vezes, interesse. E mesmo porque é quase impossível se manter o tempo inteiro concentrado numa tela, enquanto se sabe que há várias pessoas em volta.

Ah, quando o computador tá pensando, você fica olhando pros lado: “Oh! será que aquilo que o cara tá vendo, é mais legal do que eu tô vendo?” Ai, você olha [*Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007].

Tem vez que você está vidrado ali, só que quando a pessoa começa a conversar. Tá do lado da pessoa, e ela começa a conversar com a amiga dela, assim, fica falando umas coisas, assim, daí... você fica com curiosidade, daí dá uma

olhadinha assim [Johny, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007].

Não, não curiosidade, às vezes tu pega e dá uma olhada pro lado e tal, mas só isso, não para ficar cuidando da pessoa [Wilton, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Ah, curiosidade a gente tem só que fica meio estranho. Ah, eu não vou olhar porque não é meu o assunto. Tem que ter privacidade [Angélica, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Nem sempre se consegue manter o autocontrole proposto por *Angélica*, de pensar que o outro também deseja ter a mesma privacidade que ela. A entrevistada admitiu que já olhou algumas vezes, mas afirmou se tratar de suas amigas, não de estranhos, para “olhar o que elas estão fazendo, conversando”. Mesmo atento para “não ficar cuidando da pessoa”, foi com uma “virada de olho” que *Wilton* conheceu um site com letras de músicas e informações sobre diferentes artistas, o *Vagalume*, que faz parte do *Universo On Line* (UOL).²⁸² A curiosidade sobre o lugar na espacialidade digital em que está o vizinho de computador pode ser uma estratégia para se saber novos endereços, de conhecer mais a web, como faz *Emanuel*. Ele controla a curiosidade deixando para perguntar o novo endereço ao vizinho somente quando encerra a navegação, para não interrompê-lo.

Eu dei uma olhada pro lado, assim, vi que eram interessantes as músicas e tal, os artistas. E eu acabei entrando nesse site. Navego, sempre que possível. Eu acesso esse site [Wilton, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

282 [www.vagalume.uol.com.br].

Até eu mesmo sou curioso. Eu tô navegando bem relaxado, e, até abrir o sistema, tem vezes que demora alguns sites pra abrir. Daí eu fico de cabeça, quando olha de lado, você vê o outro cara lá. Fico me sentindo curioso. Eu quero saber no que ele tá navegando, o que é aquilo lá... Só que não dá pra ver qual site que ele tá visitando... Então a gente fica curioso, mas dá uma disfarçada, olha assim. Depois, na hora que termina, você pergunta: “Que site é aquele que você entrou”, daí ele te responde e você vai lá no outro dia, vai conhecendo... [Emanuel, 24 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

Contudo, seria impossível desenvolver algum tipo de atividade na ambiência de um telecentro se fosse necessário a todo tempo interagir, observar o que fazem ou ouvir o que dizem as outras pessoas presentes. Mesmo com computadores próximos entre si, em que se pode, de alguma maneira, observar o que o outro está fazendo ou ouvir risos e barulhos dos mais diversos ou curiosos,²⁸³ é possível se estabelecer um nível de concentração que se precisa. “A percepção espacial não é uma questão apenas do que pode ser percebido, mas do que pode ser excluído” (HALL, 2005b, p. 55). Nós aprendemos culturalmente a desenvolver padrões perceptivos que nos ajudam a descartar um tipo de informações enquanto nos focamos em outras (HALL, 2005b), elegidas, no momento, como mais importantes. No ambiente do telecentro, cada um dos internautas tem sua estratégia para conseguir colocar sua *semiosfera pessoal* em conexão com a *espacialidade digital*.

283 No domingo 14/10/07, na parte da tarde, no telecentro *Farol do Saber* Telêmaco Borba, uma criança brincava na internet com um jogo de guerra de espaçonaves. Como o PC não tinha placa de som, a criança fazia com a boca (não alto o bastante para chamar atenção) os barulhos dos tiros e explosões, para dar mais clima a sua imersão no espaço digital.

Eu paro de escutar, eu simplesmente eu não escuto mais os outros. O que não for de interessante pra mim eu não escuto. É como se meu ouvido bloqueasse, eu não escuto mais nada, a conversa dos outros não me interessa [Claudinha, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007].

Ah, é só pensar no teu objetivo, por exemplo. Se vem aqui e quer ver um trabalho, começa a ler o trabalho. Se uma pessoa fica te chamando, você não escuta porque você está prestando atenção no teu trabalho, certo. Não é que não se escuta, mas, você fica prestando atenção no que você está fazendo. Se eu ficar ouvindo a pessoa perguntar demais, eu digo que tenho uma coisa importante para fazer [Johny, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007].

Olha, eu procuro prestar bastante atenção no que eu estou fazendo, porque, se não, eu me desconcentro toda. Aí, eu já não presto mais atenção. Eu sempre venho aqui e tem bastante silêncio. Não fica um gritando aqui e outro ali. Aqui não é assim. Daí é mais fácil de você se concentrar. [Angélica, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Fico posicionado o olho na tela, fixado... [Emanuel, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

Especificamente no caso do telecentro do *Farol de Praça* Aristides Vinholes, o exercício de concentração dos internautas tende a ser maior, pois não há proteção acústica no ambiente. A harmonização do espaço auditivo é fundamental num ambiente que exige concentração (HALL, 2005b, p.54-55), mas como está localizado na esquina de uma praça, num cruzamento bastante movimentado do bairro Xaxim, o barulho dos ônibus, dos carros de som, das motos, das buzinas reverberam dentro da cúpula de metal e vidro. *Angélica* e *Emanuel* concordam que o barulho

da rua compromete o nível de concentração nas operações realizadas no espaço digital do telecentro.

Às vezes, incomoda, mas mesmo assim se você se conscientiza: “Não, eu vou prestar atenção no que eu estou fazendo”, você já concentra mais [Angélica, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

E o barulho, né... O barulho que faz ali... É uma biblioteca... Não tem nem como se concentrar, né... Ficando na esquina de uma avenida. Eu acho que tem que haver mudanças nisso aí, tem que ser um local mais específico... Pra esse tipo de coisa... [Emanuel, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

Mesmo diante de dificuldades como as apontadas acima, *Emanuel* enfatiza que em *lan houses* também vai encontrar problemas. As máquinas são melhores, mas algumas também são barulhentas: “Alguém põe a caixa de som lá... Acho que não respeita o usuário que tá usando ali”, diz. Ele elogia as máquinas e os equipamentos que encontra em algumas *lan houses*, que tornam a navegação confortável. O problema seria o custo, principalmente para impressões: “Só que a única desvantagem da *lan house* é que você paga 1 real por folha pra imprimir”. *Johnny* gosta das *lan houses* porque tem jogos que ele não poderia rodar nos telecentros. *Claudinha* elogia a velocidade de conexão das *lan houses*, mas prefere ainda navegar no telecentro Vila Real, pois é uma ambiência que representa para ela o conforto de estar com pessoas que conhece, com quem convive cotidianamente. *Angélica* também compartilha da opinião de *Claudinha*. Vê no telecentro uma ambiência propícia à interação que gera um clima de solidariedade

entre as pessoas. Lá pode reconhecer rostos que também a reconhecem e com os quais tem algum nível de amizade.

Aqui no telecentro, porque aqui eu olho pro lado e converso com um amigo, ou eu olho daí chega gente diferente daí a gente cumprimenta, acho mais divertido. Numa lan house você normalmente não conhece ninguém aí você fica quietinha na tua ali. [Claudinha, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007]

Ah, porque aqui eu tenho amigos. Porque, mesmo se eu estou na internet, às vezes eu converso com a Viviane, às vezes eu trago algum amigo. Eu estou sempre conversando com alguém. E, na lan house, não. Fica aquela coisa mais formal, você vai ali e paga e pronto. Ninguém conversa com você, todo mundo é estranho. E aqui não. Como eu venho todo dia aqui eu conheço mais pessoas aqui dentro do Farol. [Angélica, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Portanto, não basta navegar na *especialidade digital*, ela sente necessidade de realizar contato com outras pessoas. E a ambiência física do telecentro, embora no conjunto de regras privilegie o silêncio privativo, os internautas com sua astúcia tratam de burlar, quando podem, as regras com o objetivo de tornar mais agradável e significativa a experiência.

4.2 O cotidiano da vivência digital dos internautas

“Navegar é preciso; viver não é preciso”, diz Fernando Pessoa no poema “*Navegar é preciso*”.²⁸⁴ Diríamos que navegar é viver, portanto, a navegação faz parte da vivência, do cotidiano, ainda mais quando enfren-

284 JORNAL DE POESIA, Disponível em: <[<http://www.secrel.com.br/jpoesia/fpesso05.html>]>. Acesso em: 12/ fev . 2008.

tamos diariamente *dilúvios e torrentes midiáticas* (GITLIN, 2005). Para navegar no mar de informações cotidianas, sempre acabamos construindo um mapa próprio, na tentativa de *controlar o incontável* (GITLIN, 2005). Vimos que a *especialidade digital* está em conexão com nossa *especialidade pessoal (semiosfera)* e com o *espaço organizado* do telecentro, constituindo uma *ambiência midiático-comunicacional*. E essa ambiência só tem sentido em *relação* com o mundo da vida como parte de um *ecossistema comunicacional* (BATESON, 2006). Portanto, quer estejamos dispostos a *pilhar* informações no ciberespaço, navegando a esmo, ou nos consideremos *caçadores* estratégicos, com objetivos claros desde o ponto de partida (LÉVY, 1999), nossos hábitos de navegação vão se consolidando, constituindo um tipo *prática estruturada*, mas em contínuo *processo de reconstrução*. Um tipo de *habitus* de navegação adquirido pela contínua experiência (BORDIEU, 2004b), que se estabelece como *trilhas* (JOHNSON, 2001) que voltamos a percorrer, mesmo que as formas de indexação dos programas de navegação sejam sempre mais limitadas que as conexões que realizamos em nossa *semiosfera pessoal*, pois *navegar é preciso*. Portanto, antes de navegarmos no cotidiano da *vivência digital* dos nossos internautas dos telecentros Aristides Vinholes e Vila Real, conheçamos um pouco mais nossos navegadores, que já vêm participando dessa viagem há várias páginas: *Claudinha, Johnny, Wilton, Angélica e Emanuel*.²⁸⁵

Claudinha tem 14 anos, cursa a 8ª série em escola pública e mora com a mãe em uma casa localizada nos fundos da residência dos tios, que também são seus padrinhos. É filha única, mas convive com os primos. Divide com a mãe o mesmo quarto e, também, a sala, o banheiro e a cozinha. É a sua casa desde que a mãe se separou do pai, por ter descoberto que ela havia trocado mensagens com um outro homem pelo *Orkut*. Não

285 Como esclarecemos no capítulo 3, trata-se de *pseudônimos* que atribuímos aos nossos entrevistados, para proteger sua identidade e sua intimidade.

se consumou uma traição, sequer haviam se encontrado presencialmente, mas para o marido foi o bastante. A mesma tecnologia que aproxima, também separa. Vai à escola todos os dias pela manhã, mas diz não gostar de estudar. Gosta, sim, de ir para a escola. É a hora em que vê os amigos. É feliz ali por estar perto daqueles que gosta, os colegas de classe. Estudar representa, para ela, ter um futuro e o tempo de convivência com os amigos. *Claudinha* tem computador desde criança, mas acha muito caro ter internet banda larga, só acessa de forma discada no sábado ou domingo, ou depois da meia-noite. “Internet discada é uma desgraça”, lamenta. Por isso, durante as tardes, costuma ir ao telecentro *Paranavegar* Vila Real, de segunda à sexta. Quando pode, vai até no sábado de manhã. Não gosta de ficar em casa, principalmente quando a mãe está estressada. Quando fica, dorme. No período da noite, assiste à televisão, enquanto a mãe não chega. Tem aparelho de TV na sala e no quarto. Elas conversam mais à noite, é o “momento família” do dia. Tem aparelhos de rádio por toda a casa: sala, quarto e cozinha. Em cada um desses ambientes, ouve o que quer, mas se é preciso usar o telefone fixo, é necessário ir na casa dos tios. Tem seu próprio celular: “A minha mãe diz que é importante, porque pra ela pode me achar quando eu estou aprontando”. Mas o significado prático do celular para *Claudinha* é a privacidade dos seus contatos e de estar sempre conectada: “Você ficar dando o número da sua casa é ruim. O celular você pode dar pra quem você quiser, na hora que você quiser. E as pessoas podem te ligar e vão sempre te encontrar”. Quando está em casa, o ambiente que mais gosta é a cozinha: adora comer. No sábado ou domingo, costuma assistir a filmes em DVD, na sala, com a mãe. Mas quando pode, adora ir ao cinema com o namorado. Dedicar seu tempo de lazer a passeios ao Shopping Barigüi ou ao parque de mesmo nome. Viaja muito com o pai. Passa sempre com ele o final de ano em Salvador (BA). Considera também suas saídas, à tarde, para o telecentro como lazer. Se estiver num ônibus, fica lendo e ouvindo música no MP4. Se for para o parque, gosta de ir

conversando e brincando com os amigos durante o percurso. Se estiver sozinha, sempre ouve música. *Claudinha* não gosta do silêncio.

Johny tem 17 anos, cursa o 1º ano do Ensino Médio em escola pública e reside com o avô e o irmão, numa casa de quatro quartos, uma cozinha, banheiro e garagem. É uma casa de madeira. E não tem sala porque, a que tinha, virou o quarto do irmão. *Johny* é o único que não tem TV no quarto. No quarto da ex-mulher do seu avô, ele não costuma entrar. O quarto do avô é o lugar onde se sente mais à vontade no ambiente residencial: lá costuma escrever, escutar música e assistir a filmes no aparelho de DVD. Considera o avô como um pai. *Johny* não tem computador em casa. Costuma ir dez vezes por semana ao telecentro *Paranavegar* Vila Real, duas vezes por dia. Um dos horários preferidos é o da noite, pois é o momento em que há mais gente *on line*, pois muitos dos seus amigos trabalham o dia inteiro. Estuda no Colégio São Braz e se sente enturmado com praticamente “o colégio inteiro”, mas está decepcionado com o fato de poucas pessoas poderem usar o laboratório de informática de lá. Não tem condições financeiras de ter um celular, nem tem telefone em casa, mas tem *Orkut*, *e-mail*, *Msn*. Não tem tempo específico para o lazer, pois não tem muito o que fazer. O que gosta mesmo é de ficar na internet, jogando no computador. Mesmo que não tenha internet, não importa. Gosta mesmo, seja a trabalho ou lazer, de ficar no PC. Por isso, vai duas vezes por dia ao telecentro. Mas também gosta de futebol, de visitar amigos e, claro, ir para o telecentro conversar com o pessoal. No domingo, marca sempre com o pessoal (os colegas) do colégio ou da internet para sair e conversar. Costuma viajar para Santa Catarina, para veranear em Barra Velha, mas a última vez já tem um ano. Em sua casa são quatro pessoas, quatro quartos e em nenhum momento do dia ficam todos juntos.

Wilton tem 17 anos e está concluindo o 3º ano do Ensino Médio em escola pública, é menor aprendiz na rede de supermercados *Extra!* Mora com os pais e é filho único. Para ele, o melhor dia da semana é o domingo,

para curtir os pais ou visitar familiares. No seu trabalho como menor aprendiz, confere preços e a validade dos produtos. O que mais gosta no trabalho é quando está no setor de bazar e mercearia. São os mais calmos. Ele gosta de tranquilidade. Acha que a experiência lhe conferirá dar aprendizado, mas confessa detestar o que faz, por causa das regras da empresa: tem que fazer barba todo dia e não pode chegar atrasado (ele reconhece que tem que concordar com esta última). Não gosta das regras, mas gosta do ambiente do supermercado: conhece gente nova sempre. Gosta de estudar, mas não gosta do colégio como instituição: “Na instituição, você tem que seguir umas regras. Não pode fazer bagunça e tal, mas, mesmo assim, eu me sinto bem”. O curioso é que ele é o sujeito que conhece todas as regras afixadas no telecentro do *Farol do Saber* Aristides Vinholes, inclusive as que sequer valem mais. Ultimamente, tem frequentado o telecentro quinzenalmente, nas folgas do seu trabalho. Procura chegar sempre no final da tarde, quando o calor é menos intenso no ambiente do telecentro. A sua casa é o lugar onde se sente melhor. São quatro cômodos: dois quartos, uma cozinha, uma sala e um banheiro. Mas, em sua casa, o melhor lugar para ele é o seu quarto. Ele cuidou de toda a organização do ambiente em função dos meios de comunicação que lá instalou. A cama ficou numa posição em que pode ver TV deitado ou sentado. Mas posicionou o computador acima da televisão, de modo que é impossível assistir TV enquanto usa o computador. Ele e seus pais veem juntos os telejornais da noite, mas na hora da novela, a mãe fica prestando atenção, enquanto ele e o pai conversam no mesmo ambiente. Há três aparelhos de telefone fixo: um no seu quarto, outro no quarto dos pais e um terceiro na sala. O seu lazer é sempre nas terças, quintas e domingo. Às terças ou quintas, dedica seu tempo livre ao telecentro, mas o domingo é para a família: gosta de fazer visitas e conversar. Quando pega ônibus para o trabalho, fica ouvindo música no MP3. Já viajou em família para Belo Horizonte, praias de Santa Catarina e Foz do Iguaçu. Não vai a baladas, barezinhos

ou futebol. A cada três meses, vai ao culto, mas procura não se comunicar com outras pessoas. “Eu fico mais reservado, me concentro na mensagem, nos hinos”.

Angélica tem 17 anos, cursa o 3º ano do Ensino Médio e reside com a tia e duas primas. É natural do Rio Grande do Norte, mas morou em São Paulo e, há algum tempo, mora em Curitiba. O pai vive em Natal e a mãe em São Paulo. O que mais gosta de fazer na semana é entrar no seu *Orkut*. “Para mim é um lazer vir aqui no Farol, entrar no meu *Orkut*, tipo, sair daquela rotina: escola-casa, casa-escola. Para mim, essa é a hora que eu quebro essa rotina e venho aqui”. O horário das 16h está inserido em sua rotina diária como ida ao telecentro. Às 17h, ela pega sua prima pequena na escola. Gosta da estrutura de sua escola, mas acha que deveria ter aquecedores no inverno e ventiladores no verão. Para ela, estudar significa corresponder às necessidades do mercado e abrir possibilidades de uma vida melhor. Tem um quarto só para ela, as primas pequenas dividem outro. O terceiro é da tia. Além de uma sala grande e uma boa cozinha, a casa onde mora possui quintal, horta, garagem e lavanderia. Os lugares onde se sente mais à vontade em casa são a sala e o seu quarto. No quarto, não tem computador, gosta de ficar sozinha, deitada na cama, quieta, em companhia dos seus sapos: “Eu sou apaixonada por sapos! Pano da cama verde, travesseiro verde, tem uns dois sapos bem grandes, tem um mural feito todo de sapo... Então eu acho que essa é a minha marca”. E na sala, por causa da televisão: “Porque eu gosto de assistir televisão”. No final de semana, vai ao shopping com as amigas ou visita a casa de alguma delas. Gosta de andar por Curitiba e conhecer lugares e coisas novas. Ela, as primas e a tia estão sempre juntas na hora do almoço e do jantar. E no horário que a tia chega do serviço, todas ficam na sala assistindo à televisão, geralmente veem telenovelas ou filmes. *Angélica* acha desestressante entrar no *Orkut*. Se ela fica da escola para casa e não entra na internet, não entra no *Orkut*, não vê ou não fala com ninguém pela rede, considera que o dia foi

ruim: “Porque eu acabo caindo naquela rotina, acabo me estressando. E, às vezes, acabo enchendo as pessoas que estão do meu lado, porque você fica mais irritado com qualquer coisinha”. Seus irmãos e seus pais estão distantes. A internet é a chance de *Angélica* encontrar com eles quase que diariamente. “Eu gosto bastante de entrar na internet e vir aqui conversar no meu *MSN*. Eu acho que é a minha felicidade”, considera ela.

Emanuel tem 24 anos, fez o Ensino Médio e cursa atualmente o Técnico de Segurança do Trabalho. Trabalha como vendedor de materiais de construção no bairro do Xaxim, em Curitiba, mas mora sozinho em Fazenda Rio Grande, distante 20 km da capital. É natural de Uapiara, interior de São Paulo. Morou na capital paulista, onde fez curso de análise de sistemas, mas voltou ao interior por causa da violência. Conheceu Curitiba através de reportagens jornalísticas que a representavam como a “cidade modelo do Brasil”. Veio a passeio, gostou e resolveu ficar. Gosta do ambiente de trabalho como vendedor, porque interage com diferentes tipos de pessoas: clientes, fornecedores etc. O ambiente que mais lhe agrada é a parte da cozinha, onde o patrão instalou um sofá-cama para que os funcionários possam relaxar no intervalo do almoço. Ele leu sobre isso numa revista e resolveu implantar na empresa. O que não gosta é da falta de folgas, somente tem o domingo livre. Sempre procura estudar bastante: “Ao investir em você mesmo, não está perdendo, mas enriquecendo a si mesmo”, diz. Sua casa tem cinco cômodos e ele é enfático em dizer que não tem nenhum meio de comunicação, a não ser o celular. Usa computadores e internet no *Farol do Saber* e em *lan houses*. E tem acesso a jornais no trabalho, na biblioteca pública ou na escola. O lugar em que se sente mais à vontade em casa é o seu quarto, ambiente de meditação e encontro com Deus. Adoraria demolir seu banheiro, pois sempre tem um vazamento. Os móveis que tem, foram comprados de segunda-mão, mas quando puder comprar a seu gosto, quer decorar em estilo oriental, com carpetes, quadros e luminárias. Seu tempo de lazer não chega a três horas por semana.

Passa em casa, pois mora longe de Curitiba. Como as palestras do seu curso são ministradas, no Jardim Botânico, considera isso um lazer, já que é um ambiente bonito. Para aproveitar seu tempo, tem tudo muito programado: são duas horas diárias para o almoço, uma delas destina a fazer trabalhos e navegar na internet, no *Farol do Saber* Aristides Vinholes. No terminal de ônibus, de manhã cedo, ele olha as manchetes das capas dos jornais. Se alguma lhe interessa, busca na internet na hora do almoço. Participa de uma congregação evangélica no final de semana, das 10h ao meio-dia, e também à noite. É um culto para solteiros, mulheres de um lado e homens do outro. Lá, é o lugar onde conhece novas pessoas. Sente paz com a música e as orações. O espaço de fluxo em que se desloca do culto da manhã para o culto da noite é um dos momentos mais significativos para ele, pois faz esse percurso com amigos da igreja. Aproveita para se relacionar de maneira pessoal com as pessoas: “Conhecer o que ela gosta, o que ela deixa de gostar”. É nesse lugar de trânsito que ele espera encontrar uma namorada ou alguém especial para sua vida. “Eu diria que ali, eu poderia, por exemplo, encontrar uma pessoa, por exemplo... uma namorada ou alguém especial”, acredita *Emanuel*. Vamos contar por que *Emanuel* não tem meios de comunicação em sua casa. Seu sonho é ter um computador mais que completo e potente, símbolo de convergência midiática.

Eu não quero comprar televisão ou som... porque eu posso comprar um computador com placa de TV. Se eu comprar um som, mini system, o computador faz mais do que um som. Eu compro um subwoofer e umas caixas mais potentes com a placa junto. Então, eu estou juntando tudo, um dinheiro, pra fazer todo esse processo, entendeu? Pra não precisar comprar um mini system, pra não comprar televisão... Porque hoje um computador já faz tudo [*Emanuel*, 24 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

4.3 A vivência cotidiana com o computador

O modo como nos apropriamos das tecnologias é carregado de subjetividade. *Tornar próprio* é ser capaz de *construir narrativas* sobre o objeto tecnológico, cuja representação se caracteriza nas *maneiras de empregar* tais tecnologias a que temos acesso (CERTEAU, 2000). Nesse sentido, somos capazes de criar nossas próprias mitologias para representar o computador e sua entrada em nossa *semiosfera pessoal* cotidiana. Quando se deparou pela primeira vez com um computador, *Emanuel* não tinha nenhum conhecimento sobre informática que pudesse mediar sua produção de sentido. “O bicho deve ser vidente. Deve saber até do futuro. Então imaginava as coisas. Até pegar num computador”.²⁸⁶ Sua primeira experiência ainda foi com a interface MS-DOS,²⁸⁷ e mesmo sabendo realizar todas as operações de comando na forma de texto, pois não havia ainda a popularização de interfaces gráficas amigáveis (GUIs),²⁸⁸ interpretava tudo aquilo como algo mágico.

286 Entrevista com *Emanuel*, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007.

287 Bill Gates contratou Tim Paterson, o desenvolvedor do DOS, para a sua nova empresa Microsoft. Com algumas modificações, o MS-DOS (MicroSoft Disk Operating System) surgiu então e rapidamente dominou o mercado dos IBM PC's compatíveis. O ponto chave aqui foi a decisão de Gates, na época, em vender o MS-DOS para companhias de computador com objetivo de que estas pudessem adaptá-lo ao seu hardware, ao contrário da míngua tentativa de Kildall's em vender o CP/M para usuários finais um por vez (ao menos inicialmente). O DOS possui nativamente uma interface de linha de comandos através do seu interpretador de comandos, *command.com*, porém não existe apenas uma versão do DOS. A mais conhecida e popular é o MS-DOS, da Microsoft (por isso, as iniciais MS). Fonte: DOS, Wikipédia, disponível em [<http://pt.wikipedia.org/wiki/DOS>], acesso em 15/02/2008.

288 Com o aparecimento das GUIs desenvolvidas primariamente por Douglas C. Engelbart, ou seja, Interface gráficas, como por exemplo o Microsoft Windows 1.0 e o Common Desktop Environment (CDE), o MS-DOS ficou em segundo plano, mas não foi esquecido. Fonte: DOS, Wikipédia, disponível em [<http://pt.wikipedia.org/wiki/DOS>], acesso em 15/02/2008.

Aquela tela preta. Se você queria um editor de texto, você tinha que digitar assim: C dois pontos... É, barra de flecha, que tinha assim, o tal do DOS... Daí você digitava lá “edit”, a palavra inglês *edit*. Editar... Daí, abria uma tela, assim, pra você, azul. Aí você ficava admirado: “Nossa!” [Emanuel, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

Angélica estava na casa do cunhado quando usou a primeira vez um computador. A primeira sensação foi de vergonha por se achar incapaz. “Ah, não sei mexer. Eu não vou nem mexer, eu vou passar vergonha!”²⁸⁹ Mas o medo foi superado pela curiosidade. Não precisou da *mediação* de cursos para que o computador penetrasse em seu mundo significante. *Angélica* passou a ter um contato semanal com a máquina, construindo uma prática de *aprender mexendo*, que lhe ajudou a superar as barreiras culturais da tecnologia. “É mexendo que a gente se acostuma. Daí eu fui me acostumando, sempre, toda semana, eu ia para a casa dele. Aí, eu fui me acostumando mais com o computador.” Depois do ambiente dos cursos de informática (33,33%), é a casa (22%) o local mais apontado como aquele em que tiveram o primeiro contato com a internet, segundo os internautas que responderam aos questionários nos três telecentros investigados (Tabela 23).

289 Entrevista com *Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

Tabela 23 - Onde você aprendeu a usar o Computador?

Local	Total	%
Casa	18	22
Escola	12	14,81
Trabalho	2	2,46
Curso Informática	27	33,33
Lan House	3	3,7
Casa de Terceiro	4	4,93
Telecentro/Farol	11	13,58
Sozinho	5	6,17
Não respondeu	2	2,46

O telecentro ficou em quarto lugar, com 13,58%, mas é importante um desencadeador de uma apropriação mais estruturada do computador no cotidiano, mesmo para aqueles que já tiveram uma experiência inicial com a tecnologia (WARSCHAUER, 2006). *Wilton* iniciou sua experiência com o computador ainda criança, na casa de uma tia, que lhe apresentou alguns jogos. “Assim, eu fui acostumando com mouse, teclado”.²⁹⁰ Mas quando comprou o seu primeiro computador, preferiu vir antes para o telecentro Aristides Vinholes: “Minha mãe acabou comprando o computador. Daí, eu comecei a vir aqui e comecei a me familiarizar com o computador, mais ou menos isso”. *Johny* também foi iniciado na ambiência digital através dos jogos. Uma professora levava um grupo de alunos por dia, para sua casa, onde podiam jogar no computador. Para ele, foi uma experiência de felicidade, a descoberta da novidade: “Era uma coisa diferente, não fazia muito tempo que existia, daí eu já fiquei bem, bem feliz!”.²⁹¹ Dominique Wolton (2003), quando faz crítica ao acesso direto, que não garante um

290 Entrevista com *Wilton*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

291 Entrevista com *Johny*, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007.

uso qualificado por *falta de competência prévia*, de conhecimento, talvez construa esse olhar sob um ângulo em que as *solidariedades* não participam da *mediação social da produção de sentido* no aprendizado do uso do computador. A *solidariedade* do cunhado da *Angélica*, a boa vontade das professoras do *Wilton* e do *Johny* ou a disponibilidade do estagiário com *Wilton*, na ambiência do telecentro, fizeram a *mediação* entre a *tecnosfera* (SANTOS, 2002) do computador e a *semiosfera pessoal* de cada um dos neófitos. São, portanto, características da *apropriação coletiva*, produzida em *relações de solidariedade e distinção* com outros, de bens que oferecem satisfações biológicas, mas também simbólicas. (GARCÍA CANCLINI, 1999, p. 90).

4.2.4 Computador: habilidades com programas e usos

Quando nos apropriamos daquilo que não foi concebido por nós, muitas vezes até impostos por uma ordem que se afirma como inevitável,²⁹² muitas vezes as *lógicas são invisíveis ou dispersas* (CERTEAU, 2000) em relação ao que esperam os gestores de programas de inclusão digital. Os processos acabam se construindo mais como uma *imposição cultural* (ROSZAK, 1988; SCHAFF, 1995; DYSON, 2001; WARSCHAUER, 2006) e o que não corresponde aos objetivos é visto como *fracasso* (FRAGOSO, 2004). Nos telecentros A. Vinholes, Telêmaco Borba e Vila Real, entre os 81 adolescentes que responderam o questionário, somente 6,17% tinham uma experiência com computadores menor que 1 ano e 35,8% já usavam computadores há quase dois anos. Uma grande parte,

292 Como ter que dominar determinados programas de computador como condição para se conseguir “ser absorvido pelo mercado” (expressão usada em um comercial da FM Itapema, do grupo RBS. Este argumento é constantemente reiterado em reportagens jornalísticas na televisão).

portanto, já tinha ultrapassado dois anos de vivências com computadores (Tabela 24).

Tabela 24 - Há quanto tempo você usa o computador?

Tempo	Total	%
Menos de 1 ano	5	6,17
1 a 2 anos	29	35,80
2 a 3 anos	11	13,58
3 a 4 anos	6	7,40
4 a 5 anos	13	16,04
5 a 10 anos	10	12,34
10 a 15	3	3,7
Mais de 15	2	2,46
Não respondeu	3	3,7

Quando perguntamos a *Claudinha* sobre determinados programas oferecidos no telecentro Vila Real (Planilha Calc, editor de textos *OpenOffice* etc.), ela não demonstrou preocupação em reconhecer naqueles nomes os programas que habilmente sabia usar, nem sobre se eram procedentes de políticas de codificação aberta (*software livre*) ou fechada (programas proprietários). Simplesmente ela sabia e usava em seu cotidiano, independente do nome ou da concepção política da tecnologia. “Eu sei bastante, eu sei fazer currículo, eu sei fazer planilha. Tudo que eu preciso, eu me viro pra fazer ou peço pra minha mãe, que me ensina”²⁹³. Em casa, ela gosta de fazer planilhas. “Eu monto o que minha mãe gasta. Ela vai falando e eu vou montando a planilha. É o negócio, porque eu adoro escrever.” Porém, no telecentro, só gosta de usar o navegador web. *Angélica* também não dá atenção ao fato do programa ser de código aberto

293 Entrevista com *Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007.

ou proprietário, mas conhece bem o *OpenOffice* que, junto com o navegador *Firefox*, forma a dupla de programas que ela usa no telecentro, além das plataformas de conversação. Ao mesmo tempo, podemos encontrar na vivência do internauta o interesse específico pelas interfaces, por possuir em sua matriz cultural um fascínio pelas tecnologias digitais. *Johny* havia conhecido anteriormente a interface *Windows* (Microsoft) e, quando chegou ao telecentro, passou a conviver com programas de código aberto e construiu suas habilidades a partir da comparação entre as interfaces, encontrando semelhanças e diferenças. *Emanuel* fez curso de análise de sistemas e sua competência foi adquirida também por sua formação, domina a linguagem do meio e as estratégias políticas e de mercado em torno da disputa do código livre *versus* código proprietário. Sua *vivência* dos dois tipos de sistema o leva a *representar* o código livre como uma tentativa de burlar a lógica de mercado monopolista, mas que acarreta problemas para quem culturalmente construiu seu *habitus* na interação com o *Windows* e tem que passar a usar, nos telecentros, os programas em *Linux*. Para *Claudinha*, o problema se materializa na falta de compatibilidade entre os dois sistemas, que ela experimentou na prática. “O ruim daqui [telecentro] é que você tem um trabalho e não pode passar para o disquete, para você fazer em casa ou copiar em casa, ou em outro lugar. [...] O programa daqui não vai bater com o semelhante”.²⁹⁴

Eu botei as ferramentas, só que eu já sabia pelo *Windows*. Daí se já tem uma ideia das ferramentas e do que eu posso fazer ali. Por isso, eu sei bastante coisa já. Uma coisa é ligada a outra. O linux também, veio depois do...do *Windows* também, por causa que é um programa grátis, não pega vírus ou até pega, mas é bem mais difícil pegar

294 Entrevista com *Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007.

vírus, do que os outros programas [Johny, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007].

Quem que vai pagar, por exemplo, um editor de texto da *Microsoft*... É 800 reais... Só que o povo já, devido ao monopólio da *Microsoft*, está acostumado a usar o *software* da *Microsoft*. Então, quando ele chega num *software livre*, ele apanha muito, diria. Eu apanhei muito, não é difícil, mas apanha. É que a gente acostumou com certo tipo de programa. Por exemplo, teria o editor de texto mesmo, o *Word*, da *Microsoft*. É tão fácil manusear, que depois você vai pegar um *software livre* e o *software livre* muda nome, muda alguns ícones pra dizer que não ficou igual ao *Word*, da *Microsoft*. Pra não ser acusado de plágio, entendeu? Então eles mudam alguns ícones, algum botãozinho e se torna, eu diria, um pouco difícil ao usuário [Emanuel, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

Em nossa análise, não entramos no mérito de discutir questões de gênero associadas às formas de uso e apropriação do computador. E por mais que pareça neste relato que os dois rapazes sabem em detalhes sobre os programas, enquanto as duas garotas não, trata-se de uma coincidência. Um dado concreto é que de 10 estagiários de telecentros com os quais tivemos contato, durante as várias fases da pesquisa, seis eram do sexo feminino e quatro do masculino. O que compreendemos é que os interesses em jogo na produção de sentido sobre os objetos técnicos são distintos. Emanuel tem formação ligada à informática e Johny tem interesse em ser monitor de telecentro. Nenhum nem outro caso se aplica às duas entrevistadas. Por fim, o entrevistado Wilton não demonstrou o mínimo interesse em falar detalhadamente sobre suas habilidades com programas de computador, limitando-se a tratar esses por sua função: editar textos, fazer planilhas, navegar na internet.

4.2.5 Navegando na internet: primeiros usos

Em se tratando de uma mídia recente se comparada à televisão ou o rádio,²⁹⁵ por exemplo, é curioso que nem todos os internautas tragam na memória a lembrança da primeira vez que acessaram a internet. O volume de informações a que estamos expostos (GITLIN, 2005) parece saturar a memória quanto a experiências antes singulares. Entre os participantes do questionário, a maioria afirmou ter aprendido a usar internet em cursos (29,62%), o telecentro vem em segundo lugar, com 19,75% (Tabela 25). Em relação ao tempo que usa internet, 32,09% só o fazem há menos de um ano. Os internautas que já navegam, há quase dois anos, correspondem a 33,33%. Somando as faixas com tempo de uso maior que três anos, temos 38,25% de pessoas que já vivenciam a internet em seu cotidiano por mais de três anos (Tabela 26).

Tabela 25 - Onde você aprendeu a usar a internet?

Local	Total	%
Curso	24	29,62
Telecentro/Farol	16	19,75
Casa	11	13,58
Escola	9	11,11
Trabalho	2	2,46
Casa de terceiro	4	4,93
Lan House	5	6,17
Sozinho	7	8,64
Não respondeu	4	4,93

295 Ver capítulo 1, seção 1.7 *Mídias e o processo de digitalização: o lugar da internet na ecologia midiática.*

Tabela 26 - Há quanto tempo você usa a internet?

Tempo	Total	%
Menos de 1 ano	26	32,09
1 a 2 anos	27	33,33
2 a 3 anos	8	9,87
3 a 4 anos	8	9,87
4 a 5 anos	12	14,81
5 a 10 anos	7	8,64
10 a 15	4	4,93
Não respondeu	10	10,34

Johny tem uma imagem difusa na memória sobre ver amigos acessando e que ele tinha vontade de fazer o mesmo. *Claudinha* disse não lembrar, só sabia que fazia tempo. *Angélica* recorda que a primeira vez foi num telecentro, em São Paulo, onde descobriu que dava para fazer coisas que não teria como encontrar em programas de computador na escola. *Wilton* também teve a sua primeira experiência com a internet em um telecentro, especificamente no Aristides Vinholes. Era tudo novidade e sua falta de manejo o deixou constrangido.

Eu não sabia onde que digitava endereço pra acessar o site. Eu não sabia como fazia para clicar, pra digitar eu tinha dificuldade. Tipo, aquele ‘cata milho’, de ficar procurando assim e tal. Eu olhava pro lado todo mundo digitava rapidinho e tal, aí foi meio engraçado e meio incômodo pra mim essa questão [Wilton, 17 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Em seu caso, a mediação do estagiário do telecentro foi um aspecto importante para que a internet passasse a fazer parte de sua esfera de significação como algo importante. “Sim, para me aproximar do computador,

de me ajudar pra acessar a internet”.²⁹⁶ O telecentro cumpre assim a perspectiva de ser um “ambiente social de apoio” (WARSCHAUER, 2006) para que as pessoas se sintam mais à vontade em fazer entrar em seu cotidiano a internet. Outro que lembrou em detalhes como foi sua primeira vez na internet foi *Emanuel*. Ele recorda com certos aspectos do seu primeiro acesso ao ciberespaço.

Na primeira vez que eu acessei a internet, era cara. Muito cara. Era discada. Eu tinha computador em casa e a internet era discada... Então, só que tinha muito poucas opções de sites pra você entrar. Era muito pouco. Hoje mudou muita coisa. Até não existia site de relacionamento, nada. Os jovens buscavam geralmente salas de bate-papo. [*Emanuel*, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

4.2.6 Representação da internet para os internautas

No debate sobre novas e velhas mídias e sobre os impactos da convergência midiática na economia mundial (LÉVY, 1999; DIZARD, 2000; LIMA, 2001; WOLTON, 2003; PAVLIK, 2005; PISCITELLI, 2005), procuramos situar o *lugar da internet na ecologia midiática*.²⁹⁷ Tratou-se de um movimento complexo caracterizar um sistema que por si só é uma *incubadora* de meios de comunicação (LEMOS, 2003) e um *medium ambiental* (SCOLARI, 2004). A internet é, com a *web*, a parte mais visível do *espaço digital* (FRAGOSO, 2005) e, em sua *ecologia dinâmica* (PISCITELLI, 2005), é o que caracterizamos como *ambiente midiático-comunicacional*.

296 Entrevista com *Wilton*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

297 Ver capítulo 1.7 *Mídias e o processo de digitalização: o lugar da internet na ecologia midiática*.

Mas para os internautas que navegam e vivenciam, dentro de seus limites técnicos ou simbólicos, esse *ecossistema digital*, qual a significação da internet? *Wilton* define a internet como uma “forma de comunicação rápida, que interliga vários pontos de uma vez só”.²⁹⁸ Ele dá como exemplo a possibilidade de falar com um primo que mora em Belo Horizonte ou com pessoas de outros países. E observa: “É uma comunicação rápida e barata”. Para *Angélica*, internet significa “interagir com pessoas”.²⁹⁹ *Interação* é o conceito síntese para ela, pois como “a internet está globalizada” todas as pessoas podem usar. É, para ela, uma espécie de *poder*, na medida em que as políticas públicas oferecem a oportunidade.

Puxa, você poder participar de uma coisa em que está todo mundo. Que nem todo mundo tem em casa, mas que todo mundo está podendo ter acesso, agora. Quando surgiu a internet, quando surgiu o computador era aquela coisa que nem todo mundo podia ter. Agora, não, mudou esse padrão, porque o governo está dando mais oportunidade [*Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

A possibilidade de educação à distância é o que representa a internet para *Emanuel*. Atualmente, em seu curso de técnico de segurança, quase não usa mais livros de papel. “Hoje, eu tenho tudo detalhado na internet, e em vídeo. A pessoa que está ali atrás, está ensinando como usar da

298 Entrevista com *Wilton*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

299 Entrevista com *Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

maneira perfeita”³⁰⁰ A facilidade de armazenar os dados é lembrada por ele, o digital lhe possibilita retornar sempre que quiser ao material. “Eu posso gravar aquilo. Depois, se eu esquecer de algum detalhe, eu posso gravar e ficar arquivado pra mim”, lembra *Emanuel*. Um lugar onde se pode encontrar muita coisa é a percepção de *Claudinha* sobre a internet, o que a torna importante em seu cotidiano. “É com ela que eu faço muita coisa. Eu achei o emprego da minha mãe pela internet. Ela significa bastante, ela ajuda muito no nosso dia-a-dia”.³⁰¹ Por ela, teria internet 24 horas: “Porque daria tempo de fazer tudo, tudo, tudo que viesse na minha cabeça”, justifica. Os demais internautas se mostraram comedidos quanto ao tempo que deveriam dedicar à internet diariamente. Para *Johny*, seriam suficientes duas horas por dia, divididas entre lazer e trabalhos. Se pudesse usar diariamente, *Wilton* acredita que meia hora seria suficiente. *Angélica* estabeleceu para si que uma hora por dia é o suficiente. *Emanuel* avalia que ficar mais de três horas por dia representaria até um mal para a saúde. Ele enumera os riscos: “Enjoa, entendeu? Acho que faz até mal à saúde ficar só naquilo... É perigoso pegar até uma LER [Lesão por Esforço Repetitivo] se ficar muito, muito tempo na frente do computador... Se não tiver uma postura, uma ergonomia...”³⁰² Eles vão contra a corrente das estatísticas que reportam a cada mês, na imprensa, que os internautas brasileiros estão no topo do *ranking* em número de horas conectados.³⁰³ O que demonstra

300 Entrevista com *Emanuel*, 24 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007.

301 Entrevista com *Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007.

302 Entrevista com *Emanuel*, 24 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007..

303 O Ibope/NetRatings afirma que os internautas brasileiros consolidaram sua posição como os que “mais navegam no mundo”, permanecendo oito meses, em 2006, no topo do ranking. Os brasileiros fecharam uma média anual de 21h e 30 min de uso da Web, enquanto EUA, França e Japão ficaram na média de 18h acessando a rede,

a diferença de hábitos entre o consumo da internet em casa e em telecentros públicos gratuitos, cujo acesso é mediado por regras e temporalidades específicas.

4.2.7 Navegar na internet: prevalência de ambientes de conversação digital

E o que fazem esses internautas no seu tempo cotidiano dedicado à internet? Piscitelli (2005) descreve características desse uso em termos de *escrever, ler e estudar* na rede. Abordamos os internautas nos telecentros investigados em termos de *por onde navegam, o que leem, o que publicam e como se comunicam* com outras pessoas em rede. Na *webgrafia* realizada nos telecentros, em termos de permanência efetiva na espacialidade digital, registramos diversos ambientes específicos ou categorias³⁰⁴ em que navegaram 136 internautas do Aristides Vinholes, Telêmaco Borba (*Faróis do Saber*) e Vila Real (*Paranavegar*) (Ver tabela 12). O tempo de permanência no *Orkut* nos três telecentros alcançou 2.409 minutos (42,63%), seguido de sites com temas sobre esportes, jogos on line, entretenimento e TV com 1.553 minutos (27,48%). Os sites de buscas e pesquisas escolares chegaram a 456 minutos (8,07%). Este aspecto e o relacionado ao uso do editor de textos (97 minutos ou 1,71%) merecem algumas considerações

em casa. IBOPE//NetRatings divulga dados sobre o uso crescente da Internet. Notícias, 28/03/07. Disponível em: [<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=Not%EDcias&docid=1946DA4AAACE3A77B832572AB007278D0>] Acesso em 12/04/07.

304 Registramos 3.064 minutos de navegação no Aristides Vinholes, correspondente a 57 internautas (até 1h por pessoa), nos dias 03, 11 e 26/10 e 01/11/2007; 1.856 minutos no Vila Real, referentes a 64 internautas (até 30 min por pessoa), nos dias 04, 17, 18, 19 e 20/10/2007, e 760 minutos no Telêmaco Borba, correspondentes a 15 internautas (até 1h por cada um), nos dias 13 e 14/10/2007.

em relação a especificidades do contexto da ambiência dos três telecentros. A maior permanência em sites de busca e pesquisas escolares e o uso do editor de textos no Aristides Vinholes (respectivamente 341 min e 97 min) em relação ao Telêmaco Borba (30 min / 0 min) e Vila Real (85 min / 0 min) pode estar relacionada ao fato de o A. Vinholes estar localizado numa praça em volta de três escolas públicas e a pesquisa ter sido realizada em dias úteis (segunda a sexta-feira). Fizemos o levantamento no Telêmaco Borba num sábado e domingo, justamente em dias que os faróis de praça estão sem acesso à internet, e o foco do farol é a comunidade em geral, mesmo estando em uma escola. Já no Vila Real, não temos uma escola tão próxima e fizemos observação de campo tanto em dias úteis como aos sábados pela manhã. Feita a ressalva, é significativo apontar que os ambientes que indicariam uma maior dedicação a trabalhos escolares ou produção de currículos, por exemplo, se somados, não chegam a 10% do tempo dedicado ao espaço digital nos três telecentros investigados. Se levarmos em conta que o *Orkut*, *MSN*, chats e o *Meebo*³⁰⁵ são *softwares sociais* que proporcionam *ambientes de socialização em rede* (SPYER, 2007), teremos 3.059 minutos (54,14%) do tempo de permanência dos internautas na espacialidade digital dos três telecentros voltados para a *conversação digital*.

Temos assim a *conversação digital* (54,14%) e os sites voltados para o *entretenimento* (27,48%) totalizando 81,62% do tempo de permanência dos internautas observados nos telecentros A. Vinholes, Telêmaco Borba e Vila Real. A pesquisa *Ponline 2006* (Liddec-USP) realizada nos telecentros do projeto *Acessa SP*, do governo paulista, e a *TIC Domicílios 2006*, do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.Br), traziam dados aproximados com grande ênfase dos internautas no uso de *mídias digitais*

305 Plataforma desenvolvida para Linux que engloba diversas ferramentas conversacionais num mesmo suporte (MSN, Messenger do *Yahoo!*, etc.)

*conversacionais (e-mail, Orkut, MSN, chat, messengers etc.).*³⁰⁶ Quando adentramos na materialidade de como os internautas se apropriam do *Orkut*, por exemplo, nos telecentros, encontramos uma riqueza de significações que perpassam os distintos modos como *vivem e representam* essa forma digital de conversação. As mensagens do *Orkut* funcionam como um substituto das mensagens de SMS,³⁰⁷ com amigos ou colegas com quem precisam falar, mas não encontram diariamente. Boa parte dos jovens e adolescentes ainda não trabalha, logo, nem sempre pode ter um celular. E quando tem, prefere não abusar das mensagens, pois precisa economizar créditos. Produz-se uma rede solidária de informações sobre atividades escolares e provas. E, na leitura de recados e contemplação das atualizações dos álbuns pessoais, encontram uma forma de se sentir mais próximo das pessoas amadas, que estão longe por algum motivo.

Pra mim é tudo! É o único meio de conversa com as pessoas que eu não vejo todos os dias. (...) Às vezes, a gente discute esses negócios de escola, uma conversa muito variada [*Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007].

Porque você tem contato com as pessoas que, seus amigos que você não pode estar sempre conversando pessoalmente [*Johny*, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007].

Quando faz tempo que eu não vejo a pessoa, quando a gente não se encontra no colégio, alguma coisa assim, eu

306 Tratamos estas pesquisas no capítulo 1.11 *Midiatização digital e transformações da cultura midiática dos internautas* (Tabela 7 e Gráfico 1).

307 Sigla para *Short Message Service*, serviço de mensagens curtas, de até 140 caracteres, enviadas entre aparelhos de celular.

pergunto por que faltou. Se tem trabalho, eu, pelo menos, aviso a meus colegas que tem prova e tem trabalho pelo orkut [Wilton, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

No meu *Orkut*, eu tô sempre vendo os meus irmãos, vejo sempre a minha mãe. Ele me deixa na aproximação, porque eu não moro com eles. Me deixa mais próximo deles, daí eu já não sinto tanta falta assim [Angélica, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Os próprios dados enviados pela Celepar, gestora do *Paranavegar*, sobre os tipos de uso agendados, no mês de setembro de 2007, apontam, de um total de 159 agendamentos, 102 para “lazer” (64,15%), 55 para “outros” (34,59%) e “pesquisa escolar” somente dois (1,25%). “E-mail”, “busca de emprego”, “serviços públicos” e “negócios” não tiveram nenhum agendamento.³⁰⁸ Os dados do mês de setembro da Secretaria Municipal de Educação de Curitiba sobre os agendamentos no Farol Aristides Vinholes também evidenciam o “lazer” com 860 agendamentos de um total de 1.300 (66,15%). Logo em seguida, vem “pesquisa” com 336 (25,84%), “digitalização” com 71 (5,46%) e “e-mail” com 32 (2,46%). O *Paranavegar* tinha, em outubro de 2007, 43.819 pessoas cadastradas em todo o Paraná. E a totalidade dos agendamentos, no período de 17/07/2006 a 03/10/2007 (Tabela 27), em todos os telecentros do projeto, também acentua o “lazer” (54,6%), seguido do uso do e-mail (29,5%). A “pesquisa escolar” se restringe a 5,29% e a “busca por emprego”, “serviços públicos” e “negócios” não chegam a representar 1% do total de agendamentos. O programa *Faróis do Saber* tinha, no final de 2007, 26.126 cadastrados na cidade de

308 Estes são os tipos de agendamento na planilha do servidor do telecentro, que gera os dados diretamente para a Celepar. *Telecentro de Curitiba - Vila Real - Relatório Mensal Resumido - Período de 01/9/2007 a 30/9/2007*.

Curitiba. O relatório do mês de outubro de 2007 (Tabela 28), produzido pela Secretaria Municipal de Educação, apontava 23.293 (60,05%) agendamentos para “lazer”, de um total de 38.788. O uso do “e-mail” correspondeu a 4.966 (12,80%), seguido de “pesquisa” com 4.073 (10,5%) e “digitação” com 2.932 (7,55%). O tema “emprego/currículo” só alcançou 784 agendamentos (2,02%). Portanto, há uma proximidade entre os dados de permanência na especialidade digital que registramos e os dados locais (A. Vinholes e Vila Real) e gerais de agendamentos nos dois projetos de inclusão digital (*Farol do Saber e Paranavegar*).

Tabela 27 – Relatório dos agendamentos em telecentros Paranavegar

Uso	Agendamentos	%
E-mail:	133.853	29.5
Pesquisa Escolar:	24.018	5.29
Busca de Emprego:	3.058	0.67
Servicos Públicos:	3.384	0.74
Lazer:	24.7910	54.6
Negócios:	1.845	0.40
Outros:	39.285	8.66
Total	453.353 usos	100

Fonte-Celepar - Relatório Consolidado dos Telecentros Paranavegar, 17/07/2006 a 03/10/2007.

Tabela 28 – Relatório dos agendamentos em telecentros do *Farol do Saber*

Uso	Agendamento	%
e-mail	4.966	12,80
pesquisa	4.073	10,50
digitação	2.932	7,55
lazer	23.293	60,05
emprego/currículo	784	2,02
impressão	849	2,18
scanner	532	1,37
xadrez	416	1,07
treinamento	561	1,44
estagiário	247	0,63
micro com problema	135	0,34
Total	38.788	100

Fonte- Secretaria Municipal de Educação de Curitiba – Tipos de uso por mês, outubro de 2007.

É perceptível que os objetivos de programas de inclusão digital,³⁰⁹ como governo eletrônico, serviços bancários, busca por emprego, somente alcançaram 237 minutos (4,19%) em nossa planilha de navegação (Ver tabela 12) e tiveram resultados pouco significantes, entre 0,5 e 2 %, nos dados do projeto *Paranavegar* (Tabela 27) e *Faróis do Saber* (Tabela 28). É provável que esse baixo índice apontado tenha relação com a faixa etária do público (Tabela 13) que registramos navegando nos três telecentros. Na ambiência dos telecentros investigados, há uma presença predominantemente de adolescentes e crianças. E não se trata de uma especificidade

309 Preconizados pelos países desenvolvidos e seus organismos multilaterais (ONU, Unesco, UNCTAD, ICA-IRCD, Banco Mundial, OECD etc.). Ver capítulo 25 *O telecentro em sua complexidade como parte do mundo social*.

dos espaços investigados.³¹⁰ Dos 136 internautas que tiveram sua navegação mapeada, 29,41% eram crianças, 54,41% adolescentes, 19,85% eram jovens e somente 8,08% eram adultos. Portanto, a faixa atendida por serviços públicos *on line* ou que estão em busca de empregos, por exemplo, corresponderia a 27,93% dos internautas que tiveram sua navegação no espaço digital mapeada na pesquisa de campo. Em relação ao gênero (Tabela 14), tivemos um certo equilíbrio, com 44,85% do sexo feminino e 55,15% do sexo masculino.

Os dados do mapeamento da navegação dos 136 internautas têm muitas semelhanças com os dados obtidos em relação aos três sites mais acessados (Tabela 22) pelos 81 internautas que responderam ao questionário nos telecentros A. Vinholes, Telêmaco Borba e Vila Real. O *Orkut* em conjunto com o *Meebo* foi apontado 69 vezes (85,18%), seguido do *MSN-Hotmail* com 34 indicações (41,95%) e do *Google* com 28 (34,56%), sendo que jogos, música e humor ficaram bem próximos com 27 indicações (33,33%). Os provedores de *e-mail* foram indicados 20 vezes (24,69%). Os serviços (bancos, empregos, governo, telefonia) foram um pouco superiores (11 vezes, 13,58%) aos jornais, rádio e TV que obtiveram 9 indicações (11,11%). É interessante que o *Google* ficou descolado dos demais sites de busca, que obtiveram somente 4 indicações (4,93%). Dos 81 internautas, 40 eram do sexo feminino e 40 do masculino, um não marcou a identificação do gênero. Na faixa etária (Tabela 15), uma predominância de internautas entre 10 e 15 anos (33) e de 15 a 20 anos de idade (29).

As *trilhas* desenvolvidas pelos internautas como *habitus* de navegação chegam a ser restritas em relação ao que podem ter acesso no espaço

310 Na pesquisa *Ponline 2006* (Liddec-USP), dos participantes dos telecentros do *Acessa SP* que responderam o questionário, 52% eram adolescentes e pré-adolescentes. Ver capítulo 1.10 *Midiatização digital e cotidiano*.

digital via ambiência do telecentro, mas há sempre brechas para outros percursos. As *mídias conversacionais* apontadas, tanto nos dados quantitativos quanto na observação presencial, também são ponto de partida para a navegação que realizam. *Claudinha*, em cada vez que vai ao telecentro, primeiro entra no *Orkut*, em seguida abre o *MSN* e depois entra em sites de estágios, em busca de ofertas de emprego. “Eu estou procurando um estágio para começar a trabalhar para ajudar ela [sua mãe]. Então, essas são as três janelas que eu abro todos os dias que eu venho: a do *Orkut*, a do *MSN* e a dos estágios.”³¹¹ *Johnny* entra sempre no *Orkut* e, depois, no *MSN*. *Angélica* está sempre com *MSN* e o *Orkut*, conectados, pois amplia suas chances de encontrar seus amigos: “Eu sempre estou com os dois abertos. Então, se um amigo meu não está on-line no *MSN*, daí eu vou e converso com ele no *Orkut*”.³¹² Como o tempo de *Emanuel* é reduzido e precisa dispor de parte de seu tempo para atividades do curso técnico, a sua hora no Aristides Vinholes é dedicada, principalmente, para ver seu *e-mail* e ter contato com outras pessoas. Os ambientes digitais que ele mais acessa são o *Google*, *Yahoo!*, além dos sites de dois dos principais jornais brasileiros: *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*.

Eu uso sites, por exemplo, como *Google*, *Yahoo*, *Folha de S. Paulo*, *Estadão*... É mais como fonte de pesquisa mesmo. Usando o *Google*, dependendo do trabalho que eu vou fazer, eu digito ali e aparecem aqueles montes de sites relacionados. Mas o que mais uso é pra ver o e-mail... Ter contato com outras pessoas. É o que eu mais uso ali... [Emanuel, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

311 Entrevista com *Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007.

312 Entrevista com *Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

Em suas estratégias de navegação, os entrevistados admitiram navegar sem destino em vários momentos pelo espaço digital. É o que Lévy (1999) chama de *pilhagem* e Lemos (2001) denomina de *flânerie*. Os internautas veem essa prática como uma possibilidade de descobrir novos sites, novas coisas. Foi navegando sem destino que *Wilton* encontrou o site do *Jornal de Poesia* com textos de vários poetas nacionais e passou a frequentá-lo, ou seja, ele passou a fazer parte de sua *trilha*.³¹³ Mas quando constroem um determinado *hábito*, diminuem ou param de navegar ao acaso. *Angélica*, quando não tinha *MSN* nem *Orkut*, navegava sem destino, pois não tinha o que fazer. Hoje, ela vai direto ao ponto: *MSN* e *Orkut*.³¹⁴ Já *Claudinha* navega sem um propósito definido justamente quando abusa de ficar no *Orkut*. Ela parte para o *Google*, mas tem sua própria estratégia para *flanar*: procura lembrar de algum assunto interessante da aula ou que ouviu alguém comentar e passa a pesquisá-lo no momento em que surge em sua mente. *Emanuel* exercita muito essa prática pois, muitas vezes, esquece o que veio fazer ou encontra algo que acaba lhe chamando atenção, embora nem sempre considere importante. Ele admite o risco do tempo de navegação de 1h passar e, no momento que lembra de algo relevante, já é hora de encerrar.

Tem um site chamado, se eu não me engano, *Jornal da Poesia*, que eu encontrei em relação a outro site, daí eu cliquei. E vi que tem nesse site várias poesias de vários autores do Brasil. Muitos autores e muitas poesias boas. Eu gostei, é interessante. [*Wilton*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007]. Ah, pra eu descobrir coisas novas. Por exemplo, daqui a uns dias eu vou querer saber como os caras pegam jogos,

313 Disponível em: <<http://www.secrel.com.br/jpoesia/poesia.html>>.

314 Entrevista com *Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

porque o jogo custa 200 reais, o jogo original. Daí, eu fico vendo como os caras conseguem pegar aquele jogo. Daí eu fico pesquisando, eu aprendo, várias coisas [Johnny, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007].

Bastante vezes. Tem vezes que dá um branco na cabeça... Às vezes você acha uma coisa que não tem nada a ver e fica lá. Daí você lembra de alguma, daí você “ahh”. Quando você menos espera já termina o tempo. [Emanuel, 24 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

Normalmente, quando eu enjoiei de ficar no *Orkut*, eu faço isso. Aí, eu colo no *Google* e pesquiso qualquer coisa assim que venha na minha cabeça. “Putz! deixa eu saber sobre”..., “meu professor falou tal coisa hoje”, coloco ali. Vamos saber sobre o que, que é... Acho que é isso. Aí, você vai clicando e vai achando coisas diferentes, é legal. [Claudinha, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007].

4.2.8 Mídias conversacionais: um complexo ecossistema comunicacional

Uma observação somente quantitativa enfatizaria a grande popularidade das *mídias conversacionais*, mas não conseguiria perceber a complexidade com que os internautas atribuem especificidades, valores, hierarquias, funções, intencionalidades, sentimentos a cada uma delas, produzindo um complexo *ecossistema comunicacional* inspirado em sua *semiosfera pessoal*. Estas formas de articulação e atribuição de sentido se constituem como *sabedorias* produzidas na *vivência digital* do cotidiano (PÉREZ TÁPIAS, 2003). Para *Claudinha*, o *Orkut* é para conversar com pessoas sem a necessidade da resposta ser imediata: “Você tem que esperar

pra pessoa responder no outro dia”.³¹⁵ Já o *MSN* é para questões que precisam ser resolvidas na hora. Ambos são para falar com pessoas com quem tem contato presencial, mas não com muita frequência. O *e-mail* é para interações mais importantes, que precisam ficar armazenadas. “E quando o assunto é sério, é o e-mail”. É a sua memória digital. Ele chega a substituir as interações por telefone fixo (lembramos que o telefone fixo a que tem acesso fica na casa dos tios). “O e-mail eu passo quando as pessoas pedem meu telefone, normalmente eu passo e-mail. O e-mail é pra comunicações maiores ou coisas mais importantes, daí ficam armazenadas”. Para cada tipo de pessoa, *Johnny* tem um modo específico para produzir suas mensagens no *Orkut*.

Depende da pessoa. Quando, por exemplo, vou falar com a minha tia, vou lá, falo coisas mais da família. E quando é um amigo meu, entre nós, o jeito que nos falamos é próprio pra se entender. Daí, se for uma, uma pessoa desconhecida já vai mais, mais educado pra ver como a pessoa vai reagir. [*Johnny*, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007].

Já o *MSN*, no telecentro, só é possível usar através da plataforma *Meebo*, portanto, não se pode trocar arquivos. *Johnny* lastima só poder usá-lo para conversas, pela incompatibilidade entre sistemas. “Uma pessoa, ontem, foi passar uma foto pra mim, daí já recusa, porque a pessoa está no Windows e eu estou no linux”. Ele usa o *e-mail* do *Yahoo!* para interagir com outras pessoas, pois pode armazenar em pastas diferentes e é um dos mais populares, de fácil reconhecimento na hora de passar o endereço. Também possui um *e-mail* no *Gmail*, do *Google*, mas o usa para arquivar

315 Entrevista com *Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007.

materiais, pois tem bastante memória. “O do *Yahoo!* a pessoa conhece as letras, se você for falar pra pessoa do *Yahoo!*, a pessoa já sabe como se escreve, entendeu? No *Gmail*, a pessoa já fica meio, meio, assim, de...de, escrever. Daí, o *Gmail* eu também uso bastante, mas pra armazenamento mesmo sabe.” O *e-mail* acaba substituindo o papel do telefone, para *Johny*, na tentativa de encontrar um trabalho. “Eu liguei. Ela passou o e-mail dela. Daí, que eu não posso ligar pra ela toda hora, porque eu não tenho como. Então, eu venho, entro na internet e mando e-mail pra ela.”

Wilton usa o *Orkut* especificamente para mandar recados para os amigos, mesmo os que só conhece digitalmente. Por isso, a importância das fotos no álbum do *Orkut*: “Talvez pro pessoal me conhecer mais, entendeu? Tem pessoas que eu só conheço pelo *Orkut*”.³¹⁶ Ele classifica o tipo de situação das mensagens que produz para o *Orkut*: “Quando faz tempo que eu não vejo a pessoa, quando a gente não se encontra no colégio, eu pergunto porque faltou. Se tem trabalho, eu, pelo menos, aviso meus colegas que tem prova e tem trabalho”. O *MSN* é para ele um “passatempo”. *Wilton* tem dois endereços de *e-mail* em função do *Gmail* dar problemas para ser acessado no Aristides Vinholes, segundo ele. Lá, usa o *Yahoo!* “A principal função do meu e-mail é pra eu mandar trabalho para os meus colegas”. Ele coleta o material no telecentro e envia para eles. Ou também para enviar para si os resultados de pesquisa no telecentro e abrir em sua casa, no fim de semana (como vimos no perfil, ele usa internet discada em casa).

Angélica usa o *MSN* para saber os amigos que estão *on line* e para conversar com seu pai, que mora no Nordeste. O *Orkut* a faz se sentir próxima de sua mãe e de seus irmãos, ao ver as fotos nos perfis deles. O correio eletrônico é para trocar trabalhos com colegas e amigas e para receber informações mais oficiais, como a confirmação de sua inscrição de

316 Entrevista com *Wilton*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

vestibular, que era feita somente por *e-mail*. “Minha amiga acha uma matéria, ela manda para mim para o meu e-mail, eu vou lá e olho se é aquilo mesmo, a gente vai lá e faz o trabalho. [...] Então é importante você ter um e-mail, porque facilita a sua vida. Muitas coisas você faz através dele.”³¹⁷

Emanuel usa o *Orkut* como forma de encontrar colegas do tempo de escola: “Ali eu encontro vários colegas meu de escola, que há tempos eu não via”.³¹⁸ Mas afirma não usar o *Orkut* no telecentro, mas somente quando vai numa *lan house*. Ele é um crítico do uso do *Orkut* nos telecentros. Assim, não usa ali para manter a coerência. Ele usa o *MSN* para falar com seu irmão, que mora no interior de São Paulo, pois o dispositivo possibilita saber quem está conectado. Só que também não usa essa forma de conversação digital no telecentro, pois não é possível usar áudio e imagem na interação. “Dá pra eu ver ele através da tela. Dá pra eu manter contato com ele ali, direto. Se eu tiver um computador ligado, ele sabe que eu estou ali”. Ele usa o *e-mail* para receber apostilas do curso de técnico de segurança. Também recebe, por correio eletrônico, os catálogos de novos produtos que serão oferecidos na loja de materiais de construção em que trabalha. “Eu preciso ter conhecimento do que eu vou vender. Ele manda por e-mail e eu tenho que abrir pelo e-mail, através do editor de texto”.

4.2.9 Ler e publicar na internet

Em relação aos tipos de leitura que realizam no espaço digital, *Claudinha* só lê informações que são enviadas pelo próprio telecentro. Não lê notícias, nem revistas, nem blogs na web. *Johnny* só lê as notícias que

317 Entrevista com *Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

318 Entrevista com *Emanuel*, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007.

são ofertadas no *Yahoo!*, quando entra no portal para acessar seu *e-mail*. “Eu quero ir lá no meu e-mail, aí eu já olho, ali em baixo, para ver o que tem de importante, o que pode acontecer, a previsão do tempo”.³¹⁹ Também gosta de ver fotos e acessar sites de músicas. *Wilton* não tem paciência para ler notícias na internet. A única coisa que lê na internet são trabalhos publicados na *Wikipédia*, em função de suas atividades escolares. “Acessar site de jornal, de revista eu não sou muito fã. Eu não tenho paciência pra ficar lendo, pra ficar prestando atenção”.³²⁰ *Angélica* só faz leitura na internet de materiais solicitados por alguma atividade escolar, como trabalhos de História do Brasil ou Matemática. Já *Emanuel* é um habitual leitor de notícias na web, tendo suas estratégias de seleção e de navegação configuradas de acordo com os interesses despertados pelo modo como a notícia é ofertada no site ou segundo seus interesses de momento.

Eu quando eu já acesso a internet eu gosto de ver notícia. Eu já abro no Uol. Às vezes, o Uol já tem uma enquete de notícia, já de primeira... Daí eu vejo algum assunto interessante... Se eu quero me aprofundar mais no assunto, entro no site da Folha. Depois da Folha, eu quero obter informações sobre o estado do Paraná e a cidade de Curitiba, por exemplo. Então, eu entro no site da Gazeta do Povo. Eu quero saber notícias sobre vestibular, cursinhos, na área da educação, eu entro na Gazeta do Povo. No ícone de educação, mostra toda a relação sobre a área de educação, do curso que você quer fazer e as demais outras coisas... Concurso público.. [*Emanuel*, 24 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

319 Entrevista com *Johny*, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007.

320 Entrevista com *Wilton*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

As condições tecnológicas dos *Faróis* Aristides Vinholes e Telêmaco Borba e do *Paranavegar* Vila Real não são animadoras quando se pensa em ser um produtor de informações na web. São várias as dificuldades materiais: o sistema de terminais de computador conectados ao servidor com um modelo específico de *Thin-Client* (cliente-magro)³²¹ e a necessidade de passar todo e qualquer material antes pelo estagiário, por não haver acesso direto à memória via terminal, aliados ao fato de não poder contar com periféricos como placas de áudio. E durante nossa última observação de campo, em meados de novembro de 2007, tanto o *scanner* do Aristides Vinholes como o do Vila Real estavam com problemas. No telecentro Vila Real, o problema era a incompatibilidade do sistema que havia sido atualizado com os drives do programa do *scanner*. As políticas ainda privilegiam mais a lógica do acesso e não a produção em telecentros. O projeto *Paranavegar* inovou, em meados de 2007, ao abrir um espaço no site do projeto para que estagiários dos vários telecentros espalhados pelo Paraná pudessem publicar notícias locais. Contudo, a plataforma ainda não possibilita a publicação direta. É preciso enviar o material por correio eletrônico para a Celepar, onde um responsável faz a publicação. Esse tipo de postura corre o mesmo risco da *Agência Clic Thê*, do projeto de telecentros do governo gaúcho, que abordamos no capítulo 2,³²² que deixa os possíveis produtores dependentes dos gestores. E quando há mudanças de gestão, é possível que os novos gestores não queiram mais levar o projeto adiante, frustrando os estagiários.

Johny, no Vila Real, mesmo com todas as adversidades, publica fotos em seu *fotolog*, mas já tem um tempo que não atualiza. Também estava

321 Há desenhos de sistema *thin-client* que permitem o uso de periféricos ou a possibilidade de memória individual em cada pc conectado ao servidor. Esse não é o caso do sistema dos projetos *Paranavegar* e *Faróis do Saber*.

322 Ver 2.9 *Navegações exploratórias: Porto Alegre (Brasil) e Barcelona (Espanha)*.

tentando fazer um site na internet, usando os computadores do telecentro, já que não tem em casa. Segundo ele, até daria para fazer no telecentro, mas o problema é o tempo. Em um horário de 30 minutos por acesso fica difícil produzir algo. *Emanuel* não se considera alguém que publica na internet, mas chegou a fazer um site numa plataforma gratuita (o HPG – Home Page Grátis – www.hpg.com.br) para um tio seu que se candidatou a vereador no interior de São Paulo. Chegou a montar um para si, mas não o publicou, pois achava o conteúdo uma “baboseira” (sic). Está planejando fazer o site da empresa onde trabalha, expondo os produtos voltados à construção civil. Mas pretende ir até uma *lan house* para desenvolver e publicar o site ou no computador da própria empresa. *Emanuel* nunca navegou num blog. “Nem cheguei a ver ainda. Já ouvi falar muito do blog, mas nem cheguei a ver.”³²³ Assim como *Emanuel*, *Claudinha* não se sente à vontade para falar de blogs: “Eu tenho msn e orkut e e-mail, e só. Esse negócio de blog, aí, é muita confusão pra minha cabeça.”³²⁴ Mas sabe fazer sites. Criou páginas no *Yahoo!*, *Vilabol* e tentou também no *Pop*, mas não tinha como atualizar. Tentou criar um para o time que torce, o *Atlético Paranaense*, mas o clube não autorizou o uso de imagens. Ela desistiu do site, mas criou várias comunidades no *Orkut* sobre sua paixão pelo rubro-negro paranaense. Também costuma publicar em fóruns e sites comentários relacionados ao seu time. “Ah, eu ponho no *Orkut*, faço comunidade, coloco ele na internet”. Para ela, o melhor lugar para expressar suas ideias é o *Orkut*: “Minhas ideias? O *Orkut* é que muita gente vê, é muita gente que vê. Então, é legal assim, quando você tem alguma dúvida, normalmente você coloca lá: Oh! Você sabe me dizer... Daí, alguém responde o que acha certo”. *Wilton* vê no *Orkut* um ambiente para onde expressar suas ideias. “Talvez, o próprio

323 Entrevista com *Emanuel*, 24 anos, internauta Farol do Saber Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007.

324 Entrevista com *Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007.

Orkut, que eu comento o meu perfil, como eu sou, e só. Porque blog, essas coisas pra comentar, eu não sou muito fã.”³²⁵ Nenhum dos entrevistados chegou a participar de uma manifestação política ou cultural a partir da internet ou publicar algo com tais temas na internet.

4.3 A digitalização do cotidiano midiático: distinções das mídias nas práticas culturais de consumo

A digitalização acelerou a *convergência* das mídias com as telecomunicações e a informática (LIMA, 2001; WOLTON, 2003; PAVLIK, 2005) e tem operado transformações na *ecologia dos meios*, sendo a internet anunciada como a *nova imprensa do século XXI* (PISCITELLI, 2005). Lemos (2003) preconiza que a internet não vai devorar as mídias tradicionais, mas sua presença provoca mudanças e a própria migração de formatos, lógicas e práticas simbólicas. E as instituições tradicionais de mídia passam a concorrer ou a promover ambientes e dispositivos de comunicação em rede (LEMONS, 2003), cuja lógica se afasta da perspectiva *um-muitos* para *muitos-muitos* (JOHNSON, 2001). Assim, certas características da mídia tradicional, como a difusão generalizada, passam a contar também com interatividade característica das trocas em duas vias, nas plataformas colaborativas compreendidas como *mídias sociais* (SPYER, 2007). Os telecentros em sua *especialidade física* comportam a *especialidade digital*, cuja presença na esfera de significação cotidiana dos internautas é considerável, uma vez que 37,03% acessam de 1 a 3 vezes por semana e, 22,22%, de 4 a 5 vezes.³²⁶ Diante disso, buscaremos interpretar aqui possíveis trans-

325 Entrevista com Wilton, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

326 Dados do questionário respondido por 81 entrevistados nos telecentros A. Vinholes, T. Borba e Vila Real.

formações e diferenças nas práticas culturais de consumo e reprodução do midiático no cotidiano dos internautas participantes da investigação.

Os internautas entrevistados na *mediografia* têm nos telecentros o principal contato cotidiano com a internet. As demais mídias perpassam distintas ambiências, mas a casa ainda é um dos lugares principais do consumo midiático, principalmente o televisivo. Mapeamos no espaço-tempo dos internautas os meios a que têm acesso em casa. *Claudinha* tem acesso à rádio, televisão, DVD, além do celular e telefone fixo (casa dos tios). Aos domingos, recebe o jornal *Gazeta do Povo*, para ver os anúncios dos carros da loja de seu pai e olhar informações sobre empregos e apartamentos. Em casa, *Johnny* tem acesso a rádio, televisão e DVD. No lar, *Wilton* tem acesso a jornais impressos, que sua mãe traz para casa, de vez em quando, e assiste aos telejornais. *Angélica* tem acesso TV/DVD e rádio (são três aparelhos, um em cada cômodo). E *Emanuel* só tem o seu celular, pois só terá outros meios em casa quando comprar um computador multimídia.

Procuramos estabelecer as relações de sentido que os internautas operam na aproximação ou diferenciação das mídias, tomando como premissas as características da *digitalização* e da *convergência digital*. *Claudinha* gosta de assistir a telejornais por dois movimentos: saber de que parte de Curitiba estão falando e, ao mesmo tempo, procura sempre ver o *Jornal Nacional* (Rede Globo) como um tipo de descentramento de si: “Saber o que está acontecendo no mundo, prefiro fica fora do meu mundo”.³²⁷ Em princípio, parece não ver diferenças entre telenotícias na TV ou em vídeo na internet, mas logo percebe uma característica distintiva: “A única coisa é que, no computador, você pode ver quantas vezes você quiser, na televisão, não. Assiste na hora que passa”. Essa *seletividade* em que o *continuum* televisivo (ver na sequência da oferta, na hora em que é veiculado)

327 Entrevista com *Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007.

é rompido é uma característica da digitalização. As atividades de consumo segundo uma lógica digital se integram ao cotidiano midiático tradicional já articulado com a rotina das pessoas (SILVERSTONE, 2002; SODRÉ, 2006). *Johnny* também já percebe em sua esfera de significação essa lógica da digitalização. A possibilidade de escolher suas próprias trilhas, entre as distintas ofertas de conexões, de links (SEIXAS, 2003; LÉVY, 1999; LANDOW, 1995; JOHNSON, 2001). “Você vê os vídeos, tudo na internet, a hora que você quiser. Já em casa não, tem uma hora específica pra passar. Na internet você vai lá, pesquisa e assiste”.³²⁸ Mas também percebem os limites da qualidade das imagens na web, em função da dependência da baixa qualidade de conectividade: “Às vezes vídeo da internet fica ruim, a imagem fica parando, e na TV, não, é diferente [...] a imagem é nítida e na internet tem as falhas ainda”, diferencia *Angélica*.³²⁹ Esse efeito da qualidade da imagem na internet é explicado por *Emanuel*, tomando como exemplo os vídeos postados no *Youtube*: “Tem que esmagar ele [o vídeo] para deixar amenizado para aquela quantidade que tem que armazenar no *Google*. Então ele perde muita qualidade”.³³⁰

Independentemente da intensidade ou da quantidade de leitura de notícias, os internautas já constituem em seu *habitus informativo* a aceleração do acesso digital, pela codificação dos dados, que possibilita a indexação das notícias em bancos de dados, que são acionadas por *robots* de busca: os chamados *agentes inteligentes* (PAVLIK, 2005; PISCITELLI, 2005).

328 Entrevista com *Johnny*, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007.

329 Entrevista com *Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007.

330 Entrevista com *Emanuel*, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007.

Na internet já não se precisa ficar procurando. Já se vê a notícia. Você aperta ali, digita ali na busca e se já vê as notícias que você quer. Já no jornal [papel] não, tem que olhar lá, o índice... Ficar folheando tudo. Na internet já é mais rápido, você pesquisa ali rapidinho e você já consegue achar o que você quer [Johny, 17 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 07/11/2007].

Wilton não percebe diferenças entre notícias na mídia impressa e na forma digital. “Não, creio que não. Porque o mesmo conteúdo que contém num jornal, assim, no papel, vai estar contido na internet”. Em seu consumo midiático, ele reconhece a prática que marcou culturalmente a prática jornalística na transição para as mídias digitais, de transpor as notícias da edição impressa para a edição digital (LÓPEZ...*et al*, 2005). Os internautas não se colocam numa posição totalmente fascinada pelas transformações culturais operadas pela digitalização. *Angélica* critica justamente o *culto à aceleração* (WOLTON, 2003), que é uma consequência da binarização das informações. Algo que Wolton mesmo apontava como uma estratégia de encantamento que operaria contra as mídias tradicionais. A velocidade do processamento digital corresponderia à supremacia do tempo técnico sobre o tempo local (VIRILIO, 1999). Esse *fetichismo da velocidade* que tem marcado a produção do jornalismo contemporâneo (MORETZSOHN, 2002) é, portanto, reconhecido e interpretado pela internauta.

Por que a que você vê no papel, você vê algo legal no texto, você pode guardar. A da internet, não. Ela está ali, saiu àquela hora. Na hora que acabou aquele assunto, já muda para outro totalmente diferente. Então, está sempre mudando, mudando. É notícia nova, tem que ter notícia é, mas no papel você pode guardar, você pode utilizar a

notícia depois [*Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

Essa percepção da *aceleração* por parte de *Angélica* demonstra que as tecnologias digitais estão, de fato, incluídas como parte da cultura (ROSZAK, 1988; SCHAFF, 1995; DYSON, 2001) e, paradoxalmente, uma juvenzinha, de 17 anos, ainda valoriza a materialidade do papel, coisa impensável para *evangelistas* do digital como Lévy (1999) ou Negroponte (1995) ou para os que exageram na crítica, antevendo o *fim da ecologia do sensível* (VIRILIO, 1999). O risco da seletividade do público, como cliente das informações jornalísticas, em função do poder aquisitivo e das estratégias de mercado dos grandes grupos de mídia no ambiente digital (WOLTON, 2003; PASQUALI, 2005; TREMBLAY, 2005), é percebido por *Emanuel* ao estabelecer diferenças entre o jornalismo impresso e o jornalismo digital, que oferece para quem paga informações completas ou mais significantes, do que para os internautas que acessam a parte gratuita dos portais informativos. Ou seja, aponta que a lógica econômica permanece (pagar pelo conteúdo), seja impresso ou digital.

É que na internet, os jornais... Eles não selecionam todos aqueles detalhes. Quer dizer, eles selecionam para pessoa que é assinante. E o assinante tem sua senha. Entra com o usuário, sua senha e lê. O jornal digital que nós falamos. Ele lê, não precisa ficar folheando igualzinho... Uma posição física, o papel físico, eu diria... Mas, são poucas. Quer dizer, não são aquelas informações detalhadas. Todas aquelas informações detalhadas como nós temos o jornal para se folhear, ainda, nas bancas de jornais [*Emanuel*, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

Nos Estados Unidos, a oferta de notícias do *Yahoo!* contribuiu, em 2005, para o aumento da audiência *on line* de notícias. Segundo a *Jupiter*

Research, os internautas entre 18 e 24 anos influíram nessa tendência: 33% deles preferem a internet como fonte principal de notícias, porcentagem próxima dos 40% da TV e bem acima dos jornais impressos, 10%.³³¹ Quando abordamos, há pouco, a leitura na internet, *Wilton* havia dito somente ler notícias cujas chamadas vê no portal do *Yahoo!*, no momento em que acessa seu *e-mail*. Questionamos os entrevistados sobre onde procuram, por primeiro, informações. Eles também elegeram a internet, pela rapidez e facilidade de encontrar informações. *Claudinha* foi pragmática, disse ter preguiça de ficar procurando, por isso primeiro consulta a internet: “Porque eu tenho certeza que na internet eu vou achar”.³³² *Johnny* também elegeu a internet, por ser o meio que mais tem contato. A facilidade, segundo *Wilton*, é o que faz com que ele faça sua primeira tentativa na web: “É um meio fácil de encontrar”, avalia. *Angélica* consulta primeiro a internet e, só depois, livros e jornais: “Olha, quando eu preciso de uma informação, eu vou buscar primeiro na internet, depois eu procuro em livro, jornal. É que quando você vai ali, você já encontra mais rápido do que nos livros”. Para justificar sua escolha, *Emanuel* descreveu sua própria *ecologia da informação jornalística*, incluindo a internet no *circuito* da temporalidade da produção dos demais meios e ressaltando a forma da presença da mídia tradicional na própria rede. O modo como descreve não faria feio em relação a qualquer crítico ou teórico da mídia, demonstrando o nível de apropriação e, mesmo, de imersão e reflexividade sobre a cultura midiática em seu cotidiano. “Nossa entrada no espaço midiático é,

331 A pesquisa durou quatro anos e entrevistou 10.750 pessoas nos EUA (Cresce o uso da web para leitura de notícias. *IDGNow!*, 28/04/2005. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2005/04/28/idgnoticia.2006-03-12.8316534406/IDGNoticia_view>. Acesso em: 01 maio 2007.)

332 Entrevista com *Claudinha*, 14 anos, internauta *Paranavegar* Vila Real, Curitiba, 14/11/2007.

ao mesmo tempo, uma transição do cotidiano para o liminar e uma apropriação do liminar pelo cotidiano” (SILVERSTONE, 2002, p. 25).

Por exemplo, você quer ver uma notícia inédita. Pode ser que passe na TV, mas na internet já vai ter esclarecido lá... Se você precisa de uma notícia, por exemplo, no papel, não vai ter. Vai ser rodado no outro dia, com essa mesma notícia. Quando acontece alguma coisa à noite... Então, você vai e busca na internet... Pois, na internet, também, se você quiser ver alguma coisa inédita, dá pra ver. É só entrar no site da rede que você quer e você assiste ali totalmente ao vivo também... [*Emanuel*, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007].

Se a internet é a principal fonte de informação, o que dizer então sobre a confiabilidade sobre a infinidade de conteúdos ali publicados. Somente um dos cinco entrevistados, *Emanuel*, atribuiu valor aos sites da mídia tradicional ao creditar os mais confiáveis. *Claudinha* elegeu como mais confiável o *Google*, seguido do *Cadê?*³³³ e da *Wikipédia*. Para *Johny*, não há sites menos ou mais confiáveis. *Wilton* elegeu o *Yahoo!* e o site da *Receita Federal*. Em termos de meios de comunicação mais confiáveis, dois dos entrevistados elegeram a televisão. Para *Wilton*, nenhum meio é totalmente confiável, “mas talvez a televisão, pois tem outros noticiários e pode se comparar”. *Emanuel* atribuiu maior confiabilidade à televisão, pensando em termos de estrutura tecnológica de difusão e acesso à informação. “Imagine se todos quisessem entrar num site ao mesmo tempo, como o do *Estadão* para ver uma notícia. Ficaria sobrecarregado. Agora, TV dá. Na TV, pode estar o Brasil inteiro e dá pra ver, não tem como sobrecarre-

333 Disponível em [<http://br.cade.yahoo.com/>].

gar aquilo”³³⁴ *Angélica* é cética quanto a opinar qual meio é mais confiável e procura descrever possíveis formas como qualquer informação pode ser manipulada ou sofrer pressões de diferentes interesses, seja qual for a mídia em que é veiculada. Por isso, *Angélica* recomenda a necessidade de sempre confrontar as informações em diferentes meios.

Olha eu acho nem todo meio é totalmente confiável, porque a televisão pode mostrar do jeito que ela quer mostrar, a internet também. Ela mostra do jeito que ela quer mostrar. Existe um jornalista específico para colocar as coisas na internet, mas ele coloca do jeito que ele quer. No jornal, também, ele coloca do jeito que ele quer. Tem que sempre está lendo um e outro para saber qual é diferença para um e para outro. [*Angélica*, 17 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 08/11/2007].

A complexa visão dos entrevistados sobre atribuição de confiança aos meios demonstra que a capacidade de crítica tem evoluído, acompanhando o constante desenvolvimento das tecnologias. E que ter uma visão crítica ou articulada sobre os meios de comunicação, digitais ou analógicos, realizando operações significativas sobre suas lógicas, temporalidades, características e diferenças não é uma atribuição de especialistas, jornalistas, críticos profissionais da mídia ou do campo teórico. Os internautas entrevistados, em seu cotidiano, dialogam claramente com as características da digitalização, da internet e de sua participação na ecologia do sistema midiático. Estabelecem uma complexa relação de fascínio e distanciamento crítico em relação às tecnologias e ao campo midiático. E não se submetem aos dispositivos e estratégias da lógica de mercado, como é acentuado por Muniz Sodré (2002, 2006) em sua visão de midiatização

334 Entrevista com *Emanuel*, 24 anos, internauta *Farol do Saber* Aristides Vinholes, Curitiba, 01, 08 e 09/11/2007.

configurada como um bios-midiático. Ao contrário, negociam com essas lógicas e são capazes de reconhecer os efeitos e possibilidades da digitalização como agentes que vivenciam essa experiência em seu cotidiano. Experiência da *espacialidade digital* que é resultado também de *solidariedades* entre *semiosferas pessoais*, de astúcias para não sucumbir às regras da *ambiência* dos telecentros, de práticas de leitura na internet pouco ortodoxas, de competências para compreender o contexto e as operações do campo midiático na *forma de vida digital* e articular uma complexa *ecologia conversacional* em ambiente digital. Tais características apontam não para um *ethos* regido plenamente pela lógica midiática de mercado, mas para uma articulação de diferentes formas de viver, em tempos de convergência digital, o midiático e o comunicacional. E cuja apropriação das plataformas digitais voltadas mais para a comunicação do que para a difusão de informação, também chamadas de *mídias sociais* ou *conversacionais* (SPYER, 2007), indicam o fortalecimento de práticas comunicacionais e uma capacidade de crítica ascendente sobre as formas de produção e circulação do midiático. O que seria mais apropriado dizer que estaria se configurando um tipo de *ethos* em que há uma interação complexa entre o comunicacional e o midiático, no âmbito da esfera de sentido das pessoas, por assim dizer, um *ethos midiático-comunicacional*.

5

Considerações finais

A configuração de nosso objeto de pesquisa requereu não somente um recorte empírico, mas também um recorte teórico, em que houve a necessidade de discutir os conceitos de *mediatização*,³³⁵ *ambiências*³³⁶ midiático-comunicacionais e *ethos midiático*,³³⁷ situando-os na vivências das *formas de comunicação digital*.³³⁸

O nosso entendimento do conceito de *mediatização* o compreende como um *lugar* específico da produção de sentido contemporânea, cuja lógica é perpassada pelo midiático como eixo central, em que os meios de comunicação de difusão generalizada atuam concretamente na

335 A partir do diálogo com os seguintes autores: MATA, 1999; SILVERSTONE, 2002; MARTÍN-BARBERO, 2004; SODRÉ, 2002/2006; VERÓN, 2005; OROZCO GÓMEZ 2006.

336 Conceito desenvolvido no diálogo estabelecido com SODRÉ, 2002/2006; SCOLARI, 2004; PISCITELLI, 2005; MARTÍN-BARBERO, 2004; SANTOS, 2002; LOTMAN, 1996; HALL, 2005a/2005b; GOFFMAN, 2006; BATESON, 1998/2006; HARVEY, 2003.

337 Com base no tensionamento do pensamento de SILVERSTONE, 2002; HALL, 2005a/2005b; SODRÉ, 2002/2006; EGGS, 2005; MAINGUENEAU, 2005; BOURDIEU, 2004a/2004b;

338 As *formas de comunicação digital* foram discutidas com base em PISCITELLI, 2005; SCOLARI, 2004; LEMOS, 2001/2003; FRAGOSO, 2003/2005; LÉVY, 1999; SPYER, 2007; JOHNSON, 2001; WOLTON, 2003; LOPÉZ et al, 2005).

reorganização do sentido de espaço e de tempo, na compreensão do sentido de *historicidade* e nas *representações sociais dos acontecimentos do mundo* (THOMPSON, 2001). Uma parte significativa da mediação social exercida pelos meios tem papel importante nas experiências contemporâneas de *sociabilidade*, de *identificação* e de sentimento de *pertencimento social*. Autores como Mata (1999), Verón (2005), Sodré (2002/2006) e Orozco Gómez (2006) têm desenvolvido esta perspectiva e algo em comum perpassa as definições: admitem que as instituições midiáticas não recobrem a totalidade das representações sociais, ou seja, a *midiatização* não deixa de ser uma entre as *mediações sociais*. Contudo, suas lógicas fundamentadas no poder econômico das organizações de mídia estariam num processo ascendente e contínuo de penetração nas demais formas de representação: sistemas políticos, sistemas religiosos, econômicas etc. Aproximamo-nos mais da visão de Martín-Barbero (2004), que reconhece na *tecnicidade* uma dimensão constitutiva do processo de produção de sentido (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p.9-13), mas reconhece uma reconfiguração das mediações tradicionais, em vez do seu desaparecimento ou entrincheiramento, diante da configuração de um “ecossistema comunicativo” que não se reduz a máquinas e meios. A constituição da técnica midiática como mediação (tecnicidade) não representa o fim da política (visão que podemos expandir também para outras mediações institucionais).

Verón (2005) reitera que a complexidade da articulação entre as mídias e os receptores impede que as lógicas que presidem a transformação das representações sociais se reduzam à lógica de mercado. De fato, temos que reconhecer que cada vez mais os meios fazem parte da tessitura do cotidiano (SILVERSTONE, 2002) e são matrizes importantes na construção social do sentido. Contudo, os sentidos produzidos, as formas de sua apropriação, são complexos e dependentes de diferentes contextos de mediação, calcados em distintas e, por muitas vezes, ancestrais matrizes culturais. Nessa complexa articulação de mídias, não temos no jogo

da produção social de sentido somente organizações midiáticas regidas pela lógica de mercado e do capital, como assegura Sodré. É visível a presença na internet, por exemplo, de atores de diversos campos sociais, potencializados pelas tecnologias de comunicação, representando novas possibilidades de gramáticas de produção e de reconhecimento, desenvolvidas no entrecruzamento entre os formatos midiáticos industriais, só que repensados em suas lógicas, a partir da interação com a diversidade de *matrizes culturais*.

São essas novas linguagens, sensibilidades, saberes e escrituras (PISCITELLI, 2005; MARTÍN-BARBERO, 2004) que foram potencializados pelas experiências de consumo das mídias tradicionais e se reconfiguraram na *especialidade digital*, articulando solidariedades e estratégias de representação, fora da lógica de mercado. E mesmo as formas tradicionais ganham fôlego com os processos de digitalização, como é o caso das rádios comunitárias, que, impedidas de transmitir pelo espectro tradicional, embarcam na internet, mantendo firme sua voz, enquanto se batalha juridicamente pela legalização de sua força de expressão. “A digitalização das comunicações criaram novos espaços para vozes alternativas que fornecem o foco tanto para interesses específicos da comunidade como para o contrário e o subversivo” (SILVERSTONE, 2002, p.193). Portanto, a *midiatização digital* abre espaço para novos protagonistas na disputa pelos espaços de produção social de sentido contemporâneos. E os telecentros podem se converter em ambiências em que a tecnologia constrói processos de *midiatização* segundo a lógica da *tecnicidade*, vista como possibilidade de desvelamento, de sair do oculto (HEIDEGGER, 2001). A técnica não é mera *fabricação*, mas *produção* que revela a *dimensão humana do inovar*, do fazer existir o *novo*, ao mesmo tempo em que corre o risco de *fazer esquecer* (MARTÍN-BARBERO, 2004).

Assim como a *tecnicidade* como mediação social do sentido tanto pode desvelar como obscurecer, Sodré (2006) nos propõe como *ethos*

midiático um ethos obscurecido por seu condicionamento pelas leis do mercado e pela lógica do consumo. Os momentos em que nos encontramos no espaço midiático são também uma forma de presença no mundo E, termos de *midiatização*, Sodré qualifica essa presença no espaço midiático como um *bios* específico (SODRÉ, 2002, p. 24). Além da vida contemplativa (*bios theoretikos*), da vida política (*bios politikos*) e da vida do prazer (*bios apolaustikos*), teríamos um quarto *bios*, denominado *bios midiático* (SODRÉ, 2002, p. 25-28). Nesse quarto âmbito existencial há o predomínio da esfera dos negócios, com a *tecnocultura* como qualificação cultural própria, em que a construção da realidade social passaria necessariamente pela mídia tradicional e pelas novas mídias e seus espaços virtuais de interação em tempo real (SODRÉ, 2002, p.26). Percebemos a diferença entre o conceito de *bio-comunicacional* de Edward T. Hall (2005a; 2005b) e o *bios midiático* de Muniz Sodré (2002; 2006). Sodré põe, no centro da existência contemporânea, uma perspectiva cultural ocupada pelo mercado e pela mídia, potencializada pelo digital, enquanto que Hall identifica na trama da existência humana um conjunto de matrizes culturais que atuam nas percepções biológicas do homem e em suas relações de sociabilidade. Portanto, as mídias teriam que continuar negociando a produção social de sentido com o *ethos* (hábitos, modos de fazer e atuar) da cultura de cada grupo social, pois ela é uma matriz arraigada na existência de cada um.

Diante disso, é arriscado sobrevalorizar o conceito de *ethos midiático* – atrelado aos preceitos do mercado – em detrimento de outras formas de *ethos*, cujas lógicas estão presentes em matrizes culturais ancestrais, saberes e práticas que não se restringem à esfera econômica ou midiática (ambas devedoras dessas fontes em suas produções simbólicas). Por outro lado, é preciso dar conta na visão do *ethos midiático* da existência midiática fora dos sistemas dominantes. É preciso reconhecer na pesquisa em comunicação as práticas de comunicação comunitária, popular alternativa, como

um tipo de *ethos*, uma *forma de vida* alimentada por um “contexto de efervescência social, no seio de grandes contradições” (PERUZZO, 2004, p. 53). Efervescência por que, mesmo sendo uma comunicação em pequena escala, “se multiplica de diferentes maneiras e em diferentes lugares, dentro do Brasil e no mundo” (PERUZZO, 2004, p. 53). E é também uma *forma de vida* carregada de conflitos, pois há diversos atores, por demais distintos: organizações sociais, entidades religiosas, movimentos de luta por moradia, trabalhadores rurais, grupos defensores da democratização da comunicação. Na própria internet, há *formas de vida* em práticas desenvolvidas em plataformas colaborativas e *mídias sociais* (SPYER, 2007), carregadas de expressividade e não necessariamente de conteúdos pautados no “real informativo” (MATA, 1999, p. 86), mas em experiências cotidianas do mundo da vida: celebração de aniversários, casamentos, momentos de férias, trabalhos escolares, combinar um cinema, uma ida ao parque ou uma ação solidária. São interações significantes de expressão de carinho, de presença, de solidariedade, produzidas na forma de texto, imagem ou som, e publicadas em pequenos recados do *Orkut* ou trocadas em programas de mensagens instantâneas. Trata-se de práticas construídas em uma *relação estruturada*, pela *experiência digital* dos internautas, mas também *estruturante*, portanto não está dada e acabada (BOURDIEU, 2003). As atividades de consumo perpassadas pelo digital como forma de racionalidade, integram-se ao cotidiano midiático tradicional já articulado com a rotina das pessoas. Tal processo pode ser estruturante de mudanças na vivência midiática já incorporada. As práticas dos internautas no ambiente digital podem, pelo acúmulo de experiências, vir a constituir um *ethos midiático digital* pautado na *conversação digital* em interação com as formas presenciais de ação, representação, hábitos e valores, desenvolvidas em *espaços de inclusão digital*: os telecentros. Temos, assim, a possibilidade de pensar a vivência cotidiana dos telecentros como uma relação complexa em que problematizamos a *especialidade do internauta* como parte

de um *circuito* que inclui as *espacialidades digital e arquitetônica*, ou seja, uma *ambiência*.

A *ambiência* é um *lugar que põe em relação* (BATESON, 1998) distintas *semiosferas* (LOTMAN, 1996), em que atuam ou se estabelecem *fronteiras*, no processo de conhecimento mútuo e de inserção em um dado mundo cultural comum, que provocam tanto uma aproximação entre distintos espaços culturais como a produção de distinções, especializações dentro desses espaços. Dessa forma, podemos pensar a *ambiência* dos telecentros como um *lugar de relação* entre distintas *semiosferas: espaço digital, espaço pessoal e espaço dos objetos técnicos* (arquitetônico). Cada uma faz parte de um espaço de significação específico, com suas gramáticas e modos de organização próprios, mas ali se encontram numa fronteira que as põe em relação: o telecentro como *ambiência midiático-comunicacional*, como uma semiosfera de interseção.

Por sua vez, a *ambiência midiático-comunicacional* dos telecentros só pode ser compreendida com propriedade se em relação com o panorama de políticas brasileiras e latino-americanas de telecentros de acesso público. É importante concluir que o Brasil representou na América Latina, a partir de experiências dos governos municipais e estaduais, a defesa de programas nacionais de telecentros de caráter governamental, distintos das iniciativas de parceria público-privadas ou somente privadas, em que os interesses comerciais entram em conflito com os objetivos sociais e cuja contribuição não passa da conectividade e do conhecimento básico de informática, podendo conduzir a uma perspectiva meramente consumista da informação (MENO...*et al*, 2004, p. 53). Contudo, a prática não corresponde à postura política, pois o país não criou estratégias claras de ampliação dos telecentros públicos gratuitos. O principal incentivo foi o barateamento de impostos para a compra de computadores de mesa e portáteis de modo individual. Internamente, o país não tem uma política clara de acesso coletivo às tecnologias de informação e comunicação. Com isso,

pagou o preço de ficar para trás em muitos índices produzidos pelos organismos multilaterais em termos de entrada na *Sociedade da Informação*. O *eLAC 2007*, programa de *Sociedade da Informação* para a América Latina, capitaneado pelo CEPAL, indica a importância dos telecentros como estratégia de inclusão digital. Mas, as perspectivas da CEPAL apontam para um contínuo aumento da participação privada em iniciativas públicas. As intenções das declarações de princípios denotam que o modelo de *Sociedade da Informação* é vital e necessário para a América Latina e todos os povos do mundo, no entanto, o motor principal é a economia. O aumento da capacidade produtiva e de consumo, o barateamento de custos de produção aparecem antes mesmos de objetivos educacionais e culturais, sociais e políticos. A transição para a sociedade da informação tem como base um modelo cristalizado proveniente dos países desenvolvidos e que não corresponde às necessidades da realidade regional (CEPAL, 2003, p. 21).

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa-da-pesquisa (BONIN, 2006) sobre telecentros se revelou uma perspectiva fundamental para a *precisão* do conjunto teórico-metodológico (BACHELARD, 2006), a partir das operações de *desconstrução*, *tensionamento*, *cotejamento* e *apropriação*. O exercício metodológico da *pesquisa-exploratória* se mostrou fundamental para a construção da problemática da pesquisa. Pesquisar a experiência de telecentros de Porto Alegre (2004-2005) nos possibilitou conhecer melhor os contextos e problemas enfrentados pelos projetos de inclusão digital. A vivência de campo em Barcelona (Catalunha-Espanha) (2005-2006) nos ajudou a construir, ensaiar e testar vivências e estratégias de pesquisa, além de um distanciamento da realidade brasileira salutar para a complexificação do olhar sobre o objeto empírico e consolidação da problemática de pesquisa. O desafio metodológico proposto pela problemática foi de captar os dados de campo como um *circuito*, capaz de registrar as *espacialidades física, pessoal e digital em relação* (BATESON,

1998). A *Webgrafia* com o registro numa planilha, minuto a minuto, dos ambientes da web por onde navegavam os internautas dos telecentros *Farol do Saber* Aristides Vinholes, *Farol do Saber* Telêmaco Borba e *Paranavegar* Vila Real tornou possível um mapeamento do ciberespaço concretamente percorrido e o tempo de permanência nos ambientes. Foram 5.650 minutos de navegação de 136 internautas, que caracterizaram a ambiência dos telecentros como um lugar em que a *especialidade digital* é preponderantemente *conversacional*. Uma vez que *Orkut*, *MSN*, chats e *Meebo*³³⁹ são *softwares sociais* que proporcionam *ambientes de socialização em rede* (SPYER, 2007), juntos, eles obtiveram 3.059 minutos (54,14%) do tempo de permanência dos internautas na especialidade digital dos três telecentros voltados para a *conversação digital*. Outra característica forte na especialidade digital dos telecentros é o *entretenimento eletrônico*, pois os sites com temas sobre esportes, jogos on-line, entretenimento e TV chegaram a 1.553 minutos (27,48%) de permanência. Temos assim a *conversação digital* (54,14%) e os sites voltados para o *entretenimento* (27,48%) totalizando 81,62% do tempo de permanência dos internautas observados nos telecentros A. Vinholes, Telêmaco Borba e Vila Real. A *midiografia do espaço/tempo dos telecentros* foi a outra estratégia metodológica para captar as distintas especialidades em relação. Os diários de campo *textual* e *digital* demonstraram ser uma eficiente estratégia na captura das especialidades. Em termos de imagens, o exercício nos ajudou a organizar a disciplina da observação e a descrever na análise determinadas posturas dos internautas em interação na ambiência do telecentro. O diário de campo escrito foi importante na descrição das ações que realizavam os internautas durante a navegação mapeada na *Webgrafia*. A articulação entre os três possibilitou uma gama de relações entre a ambiência digital,

339 Plataforma desenvolvida para Linux que engloba diversas ferramentas conversacionais num mesmo suporte (*MSN*, *Messenger do Yahoo!*, etc.)

arquitetônica e pessoal, impossíveis de caber, na totalidade, neste relatório de pesquisa. É um material rico para ser explorado. Por fim, entrevistas em profundidade são fundamentais, mas um grande desafio em termos de adaptar-se às temporalidades dos internautas nos telecentros, quando eles têm entre meia hora e uma hora para navegar no telecentro e precisam dedicar no mínimo duas horas para uma conversa.

A articulação entre os dados obtidos, os objetivos da investigação e o diálogo com as proposições teóricas possibilitaram, na análise, identificar, na conexão entre as espacialidades física, pessoal e digital, um ecossistema complexo. Uma ambiência em que os internautas, em suas *maneiras astuciosas de empregar* os poucos recursos disponíveis (CERTEAU, 2000), buscam no contexto da limitação criar estratégias de interpretação da informação, mesmo sem ter acesso a parte dela. No caso de ver vídeos sem poder ouvir o áudio. A existência de um jogo tácito de constante adequação das regras, que privilegiam o uso individual do computador, segundo estratégias dos internautas: para falar com os amigos, ficar na sala, conhecer um novo site ao olhar por onde o outro navega. E, paradoxalmente, é no *jogo com as regras*, durante a interação, que se torna possível o fortalecimento dos vínculos entre os internautas na ambiência física do telecentro. A percepção de que é um ambiente em que o uso que faz do computador e sua navegação pela espacialidade digital pode ser vista por outros, leva alguns internautas a mudar hábitos de navegação. Por outro lado, é possível ver também essa possibilidade de navegar ao lado de outras pessoas como ambiência propícia para trocar ideias, informações e ampliar sua *semiosfera pessoal* com novos sentidos, interagindo com/reconhecendo a diferença. No cotejamento entre as vivências dos internautas e suas significações sobre elas, pudemos identificar uma ambiência marcada por um clima de solidariedade na relação entre espacialidades pessoais, com ganhos em termos de qualidade e ampliação da vivência do espaço digital. Ou seja, o sentido não se restringe à possibilidade de navegar no espaço

digital, há, por parte de muitos internautas, uma necessidade de realizar contato com outras pessoas.

As condições dos telecentros não são propícias para se produzir conteúdos para além das formas conversacionais, por mais que os gestores afirmem o contrário. Os índices de leitura das mídias informativas das instituições de mídia reconhecidas como “velha mídia” (DIZARD, 2000) são baixos. E enquanto os formuladores de políticas pública da América Latina pensam com a cabeça dos países desenvolvidos, investindo mais em estratégias de governo eletrônico, este tema pouca atenção recebeu dos internautas investigados, tanto nas entrevistas como no tempo de permanência na web. A dupla postura de fascínio e de crítica às tecnologias e sua relação com as organizações de mídia, demonstram a fragilidade de se pensar um *ethos midiático* centrado na lógica do poder econômico. Os internautas demonstraram a capacidade de reconhecer os efeitos e possibilidades da digitalização. Podem e devem ser vistos como agentes que vivenciam essa experiência em seu cotidiano, sem submeter-se a ela. O que nos chamou a atenção é que, numa atmosfera de regras e interagindo com uma tecnologia com grandes características individualizantes, a experiência da *espacialidade digital* dos internautas, tanto em suas ações observadas, como nas significações enunciadas nas entrevistas, é resultado também de *solidariedades*. Observamos representações de *solidariedade* na relação entre *semiosferas pessoais*, inclusive emprego de atitudes astuciosas, como forma de não se deixar sucumbir pelas regras da *ambiência* dos telecentros. É uma das formas em que pudemos observar uma *apropriação* do telecentro por parte dos internautas. Ou seja, naquelas práticas, estava simbolizado que o internauta tinha aquela ambiência como parte significativa da sua vivência cotidiana. Atitude também presente na falta de ortodoxia nas práticas de leitura na web e nos hábitos complexos de empregar as diferentes *mídias conversacionais*, cuja significação aponta

para uma *forma de vida digital* concreta por parte dos internautas, constituindo, assim, uma complexa *ecologia conversacional digital* na ambiência dos telecentros.

Por fim, ratificamos que uma observação somente quantitativa pode apresentar índices, mas não conseguiria dar um sentido elaborado ao aspecto, por exemplo, da grande popularidade das *mídias conversacionais*. Sem uma articulação *plurimetodológica*³⁴⁰ não teríamos conseguido traduzir, dentro de nossos limites de interpretação, a complexidade com que os internautas atribuem especificidades, valores, hierarquias, funções, intencionalidades, sentimentos a cada uma delas, produzindo um complexo *ecossistema comunicacional* inspirado em sua *semiosfera pessoal*. Estas formas de articulação e atribuição de sentido se constituem como *sabedorias* produzidas na *vivência digital* do cotidiano.

340 A perspectiva *plurimetodológica* é uma estratégia desenvolvida no âmbito do Grupo de Pesquisa Processos Comunicacionais, do PPCCOM da Unisinos, a partir das reflexões de Efendy Maldonado (2006).

Referências

ACEVES LOZANO, Jorge E. La historia oral y de vida: del recurso técnico a la experiencia de investigación. In: GALINDO CÁCERES, Jesús (org.). **Técnicas de la investigación en sociedad, cultura y comunicación**. México, DF: Pearson/Addison Wesley Longman, 1998. p. 207-276.

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson; HASSEN, Maria de Nazareth Agra. Caderno de campo digital – Antropologia em novas mídias. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 10, n. 21, p. 273-289, jan./jun 2004.

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1989. p.287-295.

ANDERSON, Benedict. **Nação e consciência nacional**. São Paulo: Ática, 1989. 191 p.

ANTUNES, Camila. **Desconectados**: sem supervisão, computadores nas escolas brasileiras mais distraem do que ensinam. **Veja**, 08/08/2007, p. 102.

ASSUMPÇÃO, Rodrigo Ortiz D'Avila. **Além da inclusão digital**: o projeto sampa.org. 2001. 155f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo.

BACHELARD, Gaston . **A epistemologia**. Lisboa: Edições 70, 2006. 220 p.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24, 2001, Campo Grande. **Anais...** São Paulo: INTERCOM, 2001. (CD-ROM).

BATESON, Gregory. **Pasos hacia una ecologia de la mente**. Buenos Aires: Lohlé Lúmen, 1998. 549p.

_____. **Una unidad sagrada: pasos ulteriores hacia una ecologia de la mente**. Barcelona: Gedisa editorial, 2006. 444p.

BAUER, Martin W., GASKELL, George; ALLUM, Nicholas C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento. In: BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 24.

BECKER, Howard. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999. 178p.

BECKER, Maria Lúcia . **A periferia na cibercultura: técnica, política e exercício da cidadania nos bairros de Curitiba e São Paulo**. 2005.407f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo, 2005.

BENJAMIN, Peter. Telecenters in South África. **The Journal of Development Communication**, Asian Institute for Development Communication, Kuala Lumpur, v. 12, n. 2, 6 p. dez 2001. Disponível em: <<http://ip.cals.cornell.edu/commdev/documents/jdc-benjamin.doc>>. Acesso em: 25 jan 2006.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. A sociedade como realidade objetiva. In: BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 69-142.

BERNERS-LEE, Tim. Navegando. In: BERNERS-LEE, Tim. **Tejiendo la red**. Madrid: Século XXI, 2000. p. 63-70.

BIAZUS, Paula de Oliveira. Fotoetnografia da biblioteca jardim (resenha). **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v.12, n. 25, p. 301-306, jan./jun 2006.

BONIN, Jiani. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO... et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006.p. 21-40.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. In: BOURDIEU, Pierre. **As razões práticas**. São Paulo: Papyrus, 2003. p. 157-197.

_____. **O poder simbólico**. 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 2004a, 314p.

_____. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004b. 234p.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. 378 p.

BURCH, Sally. **CMSI: Modestos logros, muchas incertidumbres**.2005. Disponível em: <<http://alainet.org/docs/9815.html>>. Acesso em: 10 abr. 2005.

CAREGNATO, Sônia Elisa...et al. Informação e comunicação para a cidadania: qualificando monitores para telecentros comunitários. In: CIBERÉTICA, 2, 2003. Florianópolis. **Anais...** 12 a 14 nov. 2003. 17 páginas.

CASALEGNO, Federico. **Memória cotidiana**: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006. 304 p.

CASSINO, João. Linux do espaço. In: COORDENADORIA DO GOVERNO ELETRÔNICO DA PREFEITURA DE SÃO PAULO. **Toda esta gente**: nos telecentros de São Paulo, pessoas simples descobrem o computador e revelam a vida nos bairros pobres da cidade. São Paulo: Coordenadoria do Governo Eletrônico, 2003, p. 35-43

CASTELLS, Manuel. **La Galáxia Internet**: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Barcelona: Debolsillo, 2003. 363 p.

CASTRO, Ruy. Unplugged. Opinião. **Folha de São Paulo**, São Paulo, sábado, 05 de maio de 2007 . Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz0505200705.htm>>.

_____. A Internet e a sociedade em rede. In: OLIVEIRA, José Paquete. de; CARDOSO, Gustavo L.; BARREIROS, José Jorge. **Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação**. Lisboa: Quimera, 2004. p. 221-244.

CELY ALVAREZ, Adriana. Cibergrafía: propuesta teórico metodológica para el estudio de los medios de comunicación social cibernéticos. In: CONGRESSO LATINOAMERICANO DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN, 6, 2002, Santa Cruz – Bolívia, **Anais...** Santa Cruz – Bolívia, 2002. CD ROM.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. 5.ed. ,
Petrópolis: Vozes, 2000. p. 373p.

CHAPARRO ESCUDERO, Manuel. Mediacentro: la propuesta de comunicación participativa para las ciudades y los barrios de la red EMA RTV. In: MARÍ SÁEZ, Víctor (coord.). **La red es de todos**. Madrid: Editorial Popular, 2004. p. 137-153.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Ed. Contexto, 2006. 285 p.

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE – CEPAL. **Los caminos hacia una sociedad de la información em América Latina y el Caribe**. Santiago de Chile: CEPAL/ONU, 2003. 129 p. Disponível em: <<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/9/12899/lcg2195e2.pdf>>. Acesso em 18 de dez. 2007.

COORDENADORIA DO GOVERNO ELETRÔNICO DA PREFEITURA DE SÃO PAULO. **Toda esta gente**: nos telecentros de São Paulo, pessoas simples descobrem o computador e revelam a vida nos bairros pobres da cidade. São Paulo: Coordenadoria do Governo Eletrônico do Estado de São Paulo, 2003. 145 p.

CORREIA, João Carlos. Mediação, cultura e sociabilidade. In: _____. **Comunicação e cidadania**. Lisboa: Livros Horizonte, 2004, p.13-40.

CRSI-RIO. (Rio de Janeiro-RJ). **Compromiso de Rio de Janeiro**. Declaração de compromisso de representantes dos países de América Latina e Caribe na Conferência Regional Ministerial Preparatória para a Segunda Fase da Cúpula Mundial da Sociedade da Informação. Rio de Janeiro, 8-10 de junho 2005.

Disponível em: < http://www.riocmsi.gov.br/documentos/Compromiso_de_Rio_de_Janeiro.pdf>. Acesso em: 07 maio 2007.

CRSI-RIO/CEPAL. **Plan de Acción eLAC 2007**. Plano de Ação sobre a Sociedad da Informação da América Latina e Caribe eLAC 2007. Rio de Janeiro, 8-10 de junho 2005. Disponível em: <http://www.riocmsi.gov.br/documentos/eLAC_2007_Espanol.pdf>. Acesso em: 07 maio de 2007.

CURRAN, James. El nuevo revisionismo en los estudios de comunicación: una reevaluación. In: In: CURRAN, James; MORLEY, David; WALKERDINE, Valerie (orgs.). **Estudios culturales y comunicación**. Barcelona: Paidós, 1998. p.383-415.

DALMAZO, Luiza. **Brasil é prejudicado pela falta de competição na oferta de plataformas de banda larga**. Computerworld. www.computerworld.com.br, 8 de agosto de 2007. Disponível em: <

[<http://computerworld.uol.com.br/comunicacoes/2007/08/08/idgnoticia.2007-08-08.9623863140/>]. Acesso em: 10 ago. 2007.

DANTAS, Marcos. **Telecomunicações: ainda falta muito para universalizar**. Tele.Sínese, 04/01/07. Disponível em: Clipping FNDC <http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=121469>. Acesso em: 07 Jan. 2007.

DI MEGLIO, Fernanda; OREGIONI, Soledad. **El vínculo entre organizaciones no gubernamentales (ongs) y telecentros en América Latina. Desde una perspectiva comparada. los casos de Argentina y Perú**. 2006. Disponível em: <http://wsispapers.choike.org/soledad_oregioni.pdf>. Acesso em: 03 maio 2007.

DIZARD, Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000. 324 p.

DYSON, Freeman. **O Sol, o Genoma e a Internet**: ferramentas das revoluções científicas. São Paulo: Cia das Letras, 2001. 140 p.

EGGS, Ekkehard. *Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna*. In: AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Editora Contexto, 2005. p.29-56.

FELITTI, Guilherme. **Os 10 blogs mais populares da internet brasileira em 2007**. **IDG Now!, Internet**, 21/12/2007, Disponível em: <[<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/12/21/idgnoticia.2007-12-21.8509435884/>]>. Acesso em: 22 dez. 2007.

FOLHA DE SÃO PAULO ON LINE. **Globalização não reduz desigualdade e pobreza no mundo, diz ONU**. Editoria Mundo, em 10/02/2007. Disponível em : <[<http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u104540.shtml>]> Acesso em: 20 fev. 2007.

FRAGOSO, Suely. Um e muitos ciberespaços. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 212-231.

_____. **As Múltiplas Faces da Exclusão Digital**. **Ícone**, Recife - PE, v. 6, n. 7, p. 110-122, 2004. Disponível em: <http://www.midiasdigitais.org/images/stories/pdf/exclusao_digital.pdf>. Acesso em: 17 out 2005.

_____. **Reflexões sobre a convergência midiática**. **Líbero**, São Paulo, v. 8, n. 15-16, p. 17-21, 2006. Disponível em: <<http://www.midiasdigitais.org/images/stories/pdf/convergencia.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2007.

_____. Cibergeografia Midiática: proposta de confluência de quatro abordagens quantitativas com vistas à construção de uma metodologia quanti-qualitativa de análise da World Wide Web. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005. Rio de Janeiro. **Banco de Papers**. São Paulo: INTERCOM, 2005. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/17814>>. Acesso em: 16 mar. 2006

FUSCO, Camila. **Brasil é líder de navegação na web em abril**. In: IDG Now!, 18 de maio de 2005. Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/internet/2005/05/18/idgnoticia.2006-03-12.9094447416/IDGNoticia_view]>

FUSCO, Camila. **Casa Brasil quer ser modelo de inclusão sustentável para o País. IDG Now!, Internet, Inclusão Digital, 16 de abril de 2007**. 2007. Disponível em: <[<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/04/16/idgnoticia.2007-04-16.9319015378>]>

FUSER, Bruno. **Ômnia: os telecentros comunitários da Catalunha**. Barcelona/São Paulo: Relatório CNPq. 2006. Mimeografado.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007. 224 p.

GALEANO, Eduardo. A caminho de uma sociedade da incomunicação? In: MORAES, Denis (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p.149-154.

GALINDO CÁCERES, Jesús. Etnografía: El oficio de la mirada y del sentido. In: GALINDO CÁCERES, Jesús (org.). **Técnicas de la investigación en sociedad, cultura y comunicación**. México, DF: Pearson/Addison Wesley Longman, 1998. p.31; p. 347-383.

GARCÍA FERRANDO, Manuel; SANMARTÍN, Ricardo. La observación científica y la obtención de datos sociológicos. In: GARCÍA FERRANDO, Manuel; IBÁÑEZ, Jesús; ALVIRA, Francisco (orgs.). **El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación**. Madrid: Alianza Editorial, 1996. p. 115-146.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Consumidores do século XXI, cidadãos do século XVIII. In: GARCÍA-CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro, UFRJ, 1999. p.37-71.

_____. Culturas híbridas e poderes oblíquos. In: GARCIA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas**. 2. ed. S. Paulo: Edusp, 1998. p. 283-350.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 64-89.

GÁSPÁR, Mátias. Telehouses in Hungary. **The Journal of Development Communication**, Asian Institute for Development Communication, Kuala Lumpur, v. 12, n. 2, 8 p., dec 2001. Disponível em: <<http://ip.cals.cornell.edu/commdev/documents/jdc-gaspar.doc>>. Acesso em: 25 jan 2006.

GENERALITAT DE CATALUNYA. **Catalunya comunitat i civismo: projecte Òmnia**. Barcelona: Departament de Benestar i Família, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999. 206 p.

GITLIN, Todd. Estilos de navegación e implicaciones políticas. In: GITLIN, Todd. **Enfermos de información**. Barcelona: Paidós, 2005. p. 145-212.

GOFFMAN, Erving. **La presentación de la persona en la vida cotidiana.**

Buenos Aires-Madrid: Amorrortu, 2006. 273 p.

GUARNIERI, Fernando. A experiência do Acesso São Paulo. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; CASSINO, João (orgs.). **Software livre e inclusão digital.**

São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003. p. 219-233.

GUIMARÃES, Thiago. Do analógico ao digital: uma avaliação das experiências e perspectivas dos telecentros em São Paulo. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; CASSINO, João (orgs.). **Software livre e inclusão digital.** São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003. p. 237-254.

HABERMAS, Jürgen. Consciência moral e agir comunicativo. In: _____.

Consciência moral e agir comunicativo. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. p. 143-234.

HALL, Edward T. Proxémica. In: WINKIN, Yves (ed.). **La nueva comunicación.** 5. ed. Barcelona: Editorial Kairos, 2005a. p. 198-229.

_____. **A dimensão oculta.** São Paulo: Martins Fontes, 2005b. 257p.

HALL, Stuart. Codificação/decoficação. In: HALL, Stuart. **Da diáspora.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003. p. 387-404.

HAMELINK, Cees J. Direitos humanos para a sociedade da informação. In: MARQUES DE MELO, José; SATHLER, Luciano (orgs.). **Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação.** São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2005. p. 103-152.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna.** São Paulo: Loyola, 2003. 349p.

HASBAERT, Rogério. Fim dos territórios ou novas territorialidades? In: LOPES, Luiz Paulo da Moita.; BASTOS, Liliana Cabral (orgs.). **Identidades: recortes multi e interdisciplinares**. Campinas: Mercado das Letras, 2002. p. 29-52.

HEIDEGGER, Martin. La pregunta por la técnica. In: HEIDEGGER, Martin. **Conferencias y artículos**. Barcelona: Editores del Serbal, 2001. p. 9-32.

NAUGHTON, John. Os 15 reis do clique. **Carta Capital, Especial The Observer**, 30 de agosto de 2006, p. 10-18.

HUNT, Patrik. True Stories: Telecentres in Latin America & the Caribbean. **EJISDC**, v. 4, n.5, p.1-17, 2001. Disponível em: <<http://www.is.cityu.edu.hk/research/ejisdc/vol4/v4r5.pdf>> ; banco de dados somotelecentros <<http://www.tele-centros.org/paginas/temaview.php?key=214#>> Acesso em: 06 maio 07.

ICI/SME DE CURITIBA. **Estatísticas de uso da Internet Pública e do Sistema de Bibliotecas nos Faróis do Saber**. (mimeo) Curitiba, maio de 2006.

JENSEN, Mike. Information Technology and Infrastructure for Telecentres: Combining Best Practice with New Developments. **The Journal of Development Communication**, Asian Institute for Development Communication, Kuala Lumpur, v. 12, n. 2, 7 p., dec 2001. Disponível em: <<http://ip.cals.cornell.edu/commdev/documents/jdc-jensen.doc>>. Acesso em: 25 jan 2006.

JOHNSON, Steve. **Cultura da interface**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2001. 189p.

JORNAL DE POESIA, Disponível em: <[<http://www.secrel.com.br/jpoesia/fpesso05.html>]>. Acesso em: 12 fev. 2008.

JOSGRILBERG, Fábio B. Estratégias de inclusão digital e táticas cotidianas: o caso Acesa São Paulo. In: MARQUES DE MELO, José...et al. **Sociedade do conhecimento: aportes latino-americanos**. S. Bernardo do Campo: Umesp, 2005, p. 113-129.

KLINENBERG, Eric. Novas táticas dos monopólios da informação. **Observatório da Imprensa**, v. 11, n. 415, 9 de janeiro de 2007. (Trecho do livro *Fighting for Air: The Battle to Control America's Media* (ed. Metropolitan Books, Nova York, 2006, 352 págs.); tradução de Jô Amado. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=415IPB001>>. Acesso em: 26 jan. 2007.

KULL, Steven.; RAMSAY, Clay.; LEWIS, Evan. "Misperceptions, the Media, and the Iraq War". **Political Science Quarterly**, v. 118, n. 4, p. 569-598, Winter 2003/2004.

LACERDA, Juciano de Sousa. **Redes digitais de solidariedade social: as estratégias e táticas de produção de significação em redes sociais de comunicação midiáticas pelo digital : um estudo de caso da Recomsol – Rede de Comunicadores Solidários à Criança**. 2003. 237f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, UNISINOS, São Leopoldo.

_____. A comunicação digital e os desequilíbrios e esperanças em torno da definição de uma sociedade da informação: experiência latino-americana. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación- ALAIC**, São Paulo, ano 1, n.1, p. 116-125, 2004a.

_____. Redes digitais de solidariedade social. **Communicare**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 87-101, 2004b.

_____. Caminhos labirínticos para pensar os objetos tecnoinformacionais. In: **VVAA. Metodologias de Pesquisa em Comunicação - Olhares, Trilhas e Processos**. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2006a. p. 113-133.

_____. **Los usos y procesos de la comunicación en los Puntos Òmnia del distrito Ciutat Vella (Barcelona): estudio comparativo entre ciudadanos autóctonos y extranjeros**. (mimeo.) Brasília: CAPES, 2006b. 28p.

_____. Estudo comparativo dos ambientes digitais Sampa.org e Telecentros. com.br: interatividade, hipertextualidade, multimídia. **Revista Fronteiras - estudos midiáticos**, São Leopoldo, v.3, p.185-195, set/dez 2006c.

Landow, George P. **Hipertexto – la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología**. Paidós, Barcelona: [s.n.], 1995. 284 p.

LASSWELL, Harold D. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. 5. ed., São Paulo: Edusp, 1987. p. 105-117.

LAZARFELD, Paul F.; MERTON, Robert K. Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. 5. ed., São Paulo: Edusp, 1987. p.230-253.

LEMONS, André. Ciber-flânerie. In: FRAGA, Dinorá; FRAGOSO, Suely. **Comunicação na cibercultura**. São Leopoldo:Unisinos, 2001, p. 45-60.

_____. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 11-23.

_____. Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. In: MARTINS, Francisco M.; SILVA, Juremir M. **A genealogia do virtual**: comunicação, cultural e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 171-189.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999. 260 p.

LIMA, Ana Maria Moraes de Albuquerque. **Inclusão digital e protagonismo juvenil**: um estudo em dois centros de tecnologia comunitária. 2005. 156 p. Dissertação (Mestrado em Educação). São Paulo: PUC, 2005. (Formato pdf)

LIMA, Venício A. de. **Mídia**: teoria e política. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001. 365 p.

_____. **Observatório da Imprensa, Interesse Público**, 02/11/2004, Disponível em: <[<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=301IPB001>]>. Acesso em: 16 out. 2007.

LOADER, Brian D. Apoio comunitário virtual? A política Social e a emergência do apoio social mediado por computador. In: OLIVEIRA, José M. P. de; CARDOSO, Gustavo L.; BARREIROS, José Jorge. **Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação**. Lisboa: Quimera, 2004. p. 127-160.

LOPÉZ, Xosé...et al. Tipologia de los cibermedios. In: SALAVERRÍA, Ramón. **Cibermedios**: El impacto de Internet em los medios de comunicación em España. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2005. p. 40-82.

LOTMAN, Iuri M. Acerca de la semiosfera. In: LOTMAN, Iuri M. **La semiosfera I**. Madrid: Ediciones Cátedra, 1996. p. 21-42.

LUHMANN, Niklas. **A nova teoria dos sistemas**. Porto Alegre: UFRGS, 1997. p. 7-111.

LULL, James. **A China ligada: televisão, reforma e resistência**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1992, 172p.

MAESO, Oscar; HILBERT, Martin. **Centros de acceso público a las tecnologías de información y comunicación en América Latina: características y desafíos**. Santiago de Chile: CEPAL/ONU, 2006. 138 p. Disponível em: <<http://www.aat-ar.org/zonaDeDescarga/CentrosAccesoPublicoALasTecnologiasLatinoamericaCaracteristicasDesafios.pdf>>. Acesso em: 15 dez. 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Editora Contexto, 2005. p. 69-92.

MALDONADO [G. DE LA TORRE], Alberto Efendy. Explorar a recepção sem dogmas, em multiperspectiva e com sistematicidade. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - COMPÓS, 9, 2000, Porto Alegre. **Anais....** Porto Alegre, 2000. CD-ROOM. 11 p.

MALDONADO, Alberto Efendy. Práxis teórico/metodológica na pesquisa em comunicação: fundamentos, trilhas e saberes. In: MALDONADO, A. E et al. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação: Olhares, Trilhas e Processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p.271-294.

MALDONADO... et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006.p. 21-40.

MANZONI JR., Ralphe. **Você conhece a regra do 1%?**. In: Blog dos Blogs, IDG Now!, 13 de março de 2007. [http://idgnow.uol.com.br/internet/blog_dos_blogs/archive/2007/03/13/voc-conhece-a-regra-do-1].

MANZONI JR., Ralphe. *Lembra da regra do 1%? O drama é bem pior, amigo*. In: Blog dos Blogs, IDG Now!, 18 de abril de 2007 [http://idgnow.uol.com.br/internet/blog_dos_blogs/archive/2007/04/18/lembra-da-regra-do-1-o-drama--bem-pior-amigo/]

MARÍ SÁEZ, Víctor (coord.). **La red es de todos**. Madrid: Editorial Popular, 2004. 277 p.

MARIN, Elizara Carolina. Ofícios da pesquisa: processos do fazer. In: MALDONADO et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 65-90.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton. **Sujeito**: o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.

_____. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001a. 369 p.

_____. Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 1, n. 1, julio/diciembre, p. 22-37, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, German. **Os exercícios do ver**. São Paulo: Ed. Senac, 2001. 182 p.

MARX, Karl. Parte III. In: MARX, Karl. **Contribuição para a crítica da economia política**. 5. ed. Lisboa: Estampa, 1977. p. 228-237.

MARX, Karl. Introdução à crítica da economia política. In: MARX, Karl. **Contribuição para a crítica da economia política**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p.223-263; p. 228-237.

MATA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. **Revista Diálogos de la Comunicación**, Lima, FELAFACS, n. 56, p. 81-91, 1999.

MATTELART, A. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2002. 197 p.

MCIVER, JR. William. Um breve glossário descritivo sobre a comunicação e informação. In: MARQUES DE MELO, José; SATHLER, Luciano (orgs.). **Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação**. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2005. p. 65-102.

MCGIRT, Ellen. Ele levou a web na conversa. **Revista Época**, São Paulo, 10 set. 2002.

MENOU, Michel J.; DELGADILLO POEPEL, Karin; STOLL, Klaus. Latin American Community Telecenters: "It's a long way to TICperary". **The Journal of Community Informatics**, v. 1, ed. 1, p. 39-57, 2004. Disponível em: <<http://www.ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/191/146>>. Acesso em: 10 nov. 2007.

MESQUITA, Alexandre Siqueira. “Telecentros de Porto Alegre: A Coisa Não Foi Bem Assim...” **Portal Software Livre**, Notícia 4120, Editoria: Comunidades - 24/05/2005. Disponível em: <<http://portal.softwarelivre.org/news/4120>>.

MILLS, C. Wright. Do artesanato intelectual. In: MILLS, C. Wright. **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. p. 211-243.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1994. p.9-15.

MONJE, Daniela Inés. **Políticas de telecomunicaciones aplicadas en la República Argentina durante la década del 90. El caso de los Centros Tecnológicos Comunitarios**. 2003. 174f. Dissertação (Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea). Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba. [enviado por e-mail pela autora, a quem agradecemos]

MOREIRA, Daniela. **Minicom vai propor mudanças na legislação para usar Fust para banda larga**. IDG Now!, 09 de maio de 2007 Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/telecom/2007/05/09/idgnoticia.2007-05-09.7118553306>>.

MORETZSOHN, Sylvia. A velocidade como fetiche. In: _____. **Jornalismo em “tempo real”**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002. p. 119-150.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005. 120 p.

MORIN, Edgar. A inteligência cega e epistemologia da complexidade. In: _____ . **Introdução ao pensamento complexo**. 2 ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2001. p.13-23 e 137-174.

MORLEY, David. Populismo, revisionismo y los “nuevos” estudios de audiencia. In: CURRAN, James; MORLEY, David; WALKERDINE, Valerie (orgs.). **Estudios culturales y comunicación**. Barcelona: Paidós, 1998. p. 417-437.

MÜNCH, R. A teoria parsoniana hoje: a busca por uma nova síntese. In: GIDDENS; TURNER, J. (orgs.). **Teoria social hoje**. São Paulo: Unesp, 1999. p. 175-228.

NAZARENO, Claudio...et al. **Tecnologias da comunicação e sociedade: o panorama brasileiro**. Brasília: Câmara dos Deputados, Editora Plenarium, 2006. 187 p. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/internet/infdoc/Publicacoes/html/pdf/tecnologia_info.pdf>. Acesso em: 15 dez 2007.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 231 p.

OBSERVATORI BARCELONA. Anàlisi de l'evolució sociodemogràfica de la immigració a la ciutat de Barcelona. **Barcelona Societat Revista d'informació i estudis socials** , n.13, Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2005. p. 4-28.

OLIVA, Rafael. **Acessa São Paulo: promovendo a inclusão digital**. Instituto para a Conectividade nas Américas (ICA). São Paulo, Março 2003, (formato pdf). Disponível em: < http://www.idrc.ca/es/ev-106951-201-1-DO_TOPIC.html>. Acesso em: 17 out. 2005.

OLIVELLA GARCÍA, Vladimir. Entrevista. In: FUSER, Bruno. **Òmnia: os telecentros comunitários da Catalunha**. Barcelona/São Paulo: CNPq, 2006. Relatório CNPq. Mimeografado.

ORIHUELA, José Luis. **Los weblogs cumplen diez años de agitación**. *El País*, 18/01/2007. Disponível em: <[http://www.elpais.com/articulo/ocio/weblogs/cumplen/anos/agitacion/elpeuteccib/20070118elpciboci_1/Tes]> Acesso em: 30 jan. 2007.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Denis (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 81-98.

PARENTE, André. **O virtual e o hipertextual**. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999. 108 p.

PASQUALI, Antonio. Um breve glossário descritivo sobre a comunicação e informação. In: MARQUES DE MELO, José; SATHLER, Luciano (orgs.) **Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação**. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2005. p. 15-48.

PAVLIK, John V. **El periodismo y los nuevos medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 2005. 351 p.

PEIRÓ RUBIO, Karma. **Las redes de telecentros en España: uma historia por contar**. Astúrias: Fundación TIC. 2006. Disponível em: <http://www.asturias-telecentros.com/recursos/doc/5823_44442006185537.pdf>. Acesso em 03 mayo 2007.

PEREGRINO, Fernando...et al. **Declaração do Hotel Glória**. Declaração de participantes. In: CONFERÊNCIA MINISTERIAL REGIONAL DA AMÉRICA LATINA E CARIBE, no âmbito da Cúpula Mundial da Sociedade da Informação, congregando representantes de organizações da sociedade civil, de governos estaduais e municipais. Rio de Janeiro, 8-10 de junho 2005. Disponível em: <http://www.riocmsi.gov.br/documentos/declaracao_do_gloria100605-vfinal.doc>. Acesso em: 07 de maio de 2007.

PÉREZ TAPIAS, José Antonio. **Internautas y naufragos**: la búsqueda del sentido en la cultura digital. Madrid: Editorial Trotta, 2003. 245 p.

PERRIAULT, Jacques. **Las Máquinas de comunicar y su utilización lógica**. Barcelona: Gedisa, 1991. 229p.

PERUZZO, Cicília M. K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação pública**. São Paulo: Ed. Alínea, 2004. p. 49-79.

PISCITELLI, Alejandro. **Internet, la imprenta del siglo XXI**. Barcelona: Gedisa, 2005. 188 p.

PRIMO, Alex . Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO-INTERCOM, 26, 2003, Belo Horizonte-MG. **Banco de Papers**. São Paulo: INTERCOM, 2003a. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/4751?>>. Acesso em: 15 mar. 2005.

_____. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO-INTERCOM, 29,

2006, Brasília. **Banco de Papers**. São Paulo: INTERCOM, 2006. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>>. Acesso em: 25 maio 2007.

_____. Uma crítica a abordagem informacional da “interatividade”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO-INTERCOM, 25, 2002, Salvador. **Anais...** São Paulo: Intercom. 2004. [CD-ROM]. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/18851/1/2002_NP8primo.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2004.

_____. Quão interativo é o hipertexto? Da interface potencial à escrita coletiva. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003b.

PROSS, H. **Atrapados en la red mediática**. Hondarríbia-Gipuzkoa: Hiru, 1999. 359 p.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996. 367 p.

RITS, Rede de Informações para o Terceiro Setor. Apropriação cidadã dos telecentros de São Paulo: um levantamento social. **Observatório de Políticas Públicas de Infoinclusão**, Set. 2004. p. 27. Disponível em: <http://gizmo.rits.org.br/apc-aa-infoinclusao/infoinclusao/politicas_publicas_conteudo.shtml?x=554>. Acesso em: 25 maio 2005.

ROBINSON, Scott S. Telecentro en México: desafios y posibilidad”. In:

FINQUELEVICH, Susana (org.). **Ciudadanos, a la Red!** Los vínculos sociales en el ciberespacio. Buenos Aires: Ciccus-La Crujia, 2000. p. 117-136.

_____. **Despues de e-México:** una propuesta. 2007. 19 p. [Texto em formato doc. enviado por e-mail pelo autor <ssr@laneta.apc.org>, ainda por ser publicado no livro Política, etnicidad e inclusión digital en los albores del milenio, UAM/ M. Porrúa, 2007].

RODRIGUES, Nando. Brasil marca entrada mundial da Philips no mercado de notebooks. **Computerworld**, *Mercado*, 28/11/2007. Disponível em: [<http://computerworld.uol.com.br/mercado/2007/11/28/idgnoticia.2007-11-28.6917371618/>], Acesso em: 06 fev. 2008.

ROMAN, Raul; BLATTMAN, Christopher. Research for telecenter development: obstacles and opportunities. **The Journal of Development Communication**, Asian Institute for Development Communication, Kuala Lumpur, v. 12, n. 2, 12 p., dec 2001. Disponível em: <<http://ip.cals.cornell.edu/commdev/documents/jdc-roman.doc>>. Acesso em: 25 jan 2006.

ROSZAK, Theodore. **O culto da informação**. São Paulo: Braziliense, 1988. 335 p.

SALAVERRÍA, Ramón. **Cibermedios:** el impacto de Internet em los medios de comunicación em España. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2005. 344 p.

SALDANHA, Patrícia Gonçalves; HAJJI, Mohammed El. Telecentro: instrumento tecnológico de fortalecimento das atividades humanas. In: CONGRESSO DE ESTUDANTE DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO UFRJ, 11, 2006. Rio de Janeiro. Anais... 2006. CD-ROM. Disponível em: <http://www.uff.br/ciberlegenda/gt1_patriciasaldanha.pdf>. Acesso em: 3 maio 2007.

- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp, 2002. 384 p.
- SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**. 3.ed., Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004. 193 p.
- SCHAFF, Adam. **A sociedade informática**. São Paulo: Brasiliense, 1995. 157 p.
- SCHITTINE, Denise. A tensão entre o público e o privado. In: SCHITTINE, Denise. *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. p. 29-67.
- SCOLARI, Carlos. **Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales**. Barcelona: Gedisa, 2004. 254p.
- SEIXAS, Lia. Gêneros jornalísticos digitais: critérios para definir os produtos do Webjornalismo. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. p. 77-100.
- SFEZ, Lucien. As tecnologias do espírito. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (orgs.). **Para navegar no século XXI**. Porto Alegre: Sulina, 1999. p. 119-135.
- SHOMALY K., Denise. Los tele-infocentros comunitarios: un posible retorno a la gemeinschaft. In: ALAIC, 4, 2002. Santa Cruz, Bolívia. **Anais...** Santa Cruz, Bolívia, Junho 2002, 12p CD-ROM.
- SHORT, Gail. Lessons Learned in Pioneering Telecenters in Australia. **The Journal of Development Communication**, Asian Institute for Development Communication, Kuala Lumpur, v. 12, n. 2, 7 p., dec 2001. Disponível em:

<<http://ip.cals.cornell.edu/commdev/documents/jdc-short.doc>>. Acesso em: 25 jan 2006.

SIERRA, Francisco. Función y sentido de la entrevista cualitativa em investigación social. In: GALINDO CÁCERES, Jesús (org.). **Técnicas de la investigación en sociedad, cultura y comunicación**. México, DF: Pearson/Addison Wesley Longman, 1998. p. 277-345.

SILVA JR., José Afonso da. Dejà-vu onipresente: repetição, previsibilidade e homogeneidade nas agências de notícias on-line brasileiras. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. p.137-158.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Exclusão digital**: a miséria na era da informação. São Paulo: Perseu Abramo, 2005. 47 p.

_____. Sociedade dos códigos: entre a opacidade e a liberdade. **Revista Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 27, n. 45, p. 57-78, jan./jun 2006.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; CASSINO, João (orgs.). **Software livre e inclusão digital**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003. 339 p.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**. São Paulo: Loyola, 2002. 302 p.

SODRÉ, Muniz. O *ethos* midiaticizado. In: SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 11-83.

_____. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, Denis (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-31.

SOSTER, Demétrio A. O webjornalismo e o paradoxo da velocidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004. Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM. Disponível em: <<http://repositorio.portcom.intercom.org.br/handle/1904/17329>>.

SPYER, Juliano. **Conectado**: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela. Rio de Janeiro: Zahar, 2007. 54 p.

THAMISOLI, P.; BALASUBRAMANIAN, K. Information Management and Knowledge Empowerment: MSSRF Telecenters in South Índia. **The Journal of Development Communication**, Asian Institute for Development Communication, Kuala Lumpur, v. 12, n. 2, 10 p, dec 2001. Disponível em: <<http://ip.cals.cornell.edu/commdev/documents/jdc-thamizoli.doc>>. Acesso em: 25 de jan 2006.

THOMPSON, John B. Comunicação e contexto social. In: THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. 3.ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2001. p.19-46.

THOMPSON, Paul. A entrevista. In: THOMPSON, Paul. **A voz do passado**: história oral. São Paulo: Paz e Terra, 1992. p. 254-278.

TORRICO, Erick. Las TIC's en Bolivia: una prioridad sin reconocimiento cabal. In: MARQUES DE MELO, José et al. **Sociedade do conhecimento**: aportes latino-americanos. S. Bernardo do Campo: Umesp, SP, 2005. p. 51-64.

TRAMONTANO, Marcelo. Vozes distantes – organização e sociabilidade em comunidades informatizadas. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; CASSINO, João (orgs.). **Software livre e inclusão digital**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003. p. 133-188.

TREMBLAY, Gaëtan. La sociedad de la información y la nueva economía: promesas, realidades y faltas de um modelo ideológico. In: MARQUES DE MELO, José.; SATHLER, L. **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo-SP: Umesp, 2005. p. 49-63.

UN ICT TASK FORCE. **Measuring ICT**: the Global Status of ICT Indicators Partnership on Measuring ICT for Development. New York: The United Nations Information and Communication Technologies Task Force, 2005. 184p. Disponível em: <<http://new.unctad.org/upload/docs/The%20Global%20Status%20of%20ICT%20Indicators.pdf>>. Acesso em: 07 may 2007.

VAZ, Paulo. Mediação e tecnologia. In: MARTINS, Francisco Menezes.; SILVA, Juremir Machado da. (org.). **Genealogia do virtual**. Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 216-238.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2005. 286 p.

_____. Fundaciones. In: _____. **La semiosis social**. Barcelona: Gedisa, 1996. p-13-86.

VILLATORO, Pablo; SILVA, Alisson. **Estrategias, programas y experiencias de superación de la brecha digital y universalización del acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC)**: Un panorama regional. Serie Políticas Sociales, n.101, Santiago de Chile: CEPAL/ONU, 2005. 84 p. Disponível em: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/20846/sps101_lcl2238.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2007.

VIEIRA, Eduardo. **Os bastidores da internet no Brasil**. Barueri, SP: Manole, 2003. 286 p.

VIRILIO, Paul. **A bomba informática**. São Paulo: Estação Liberdade, 1999. 142 p.

WARSCHAUER, Mark. **Tecnologia e inclusão social**: a exclusão digital em debate. São Paulo: Editora Senac, 2006. 319p.

WATZLAWICK, Paul; BEAVIN, Jane H.; JACKSON, Don D. **Pragmática da Comunicação Humana**. São Paulo: Cultrix, 2000. 263 p.

WEISS, Todd R. **Dell vai vender PCs e notebooks com Linux instalado**. IDG Now!, Computação Corporativa, 29 de março de 2007. Disponível em: <[http://idgnow.uol.com.br/computacao_corporativa/2007/03/29/idgnoticia.2007-03-29.1300481241/]>.

WELLMAN, Barry... et al. **Is there a place in cyberspace**: the uses and users of public internet terminal. University of Toronto, novembro 2002. Disponível em: <www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/cybercafe/cafeprogress-16-BW-merged.PDF>. Acesso em 14 de junho de 2007.

WIENER, Nobert. **Cibernética e sociedade**: o uso humano de seres humanos. 6. ed., São Paulo: Cultrix, 1984. 191 p.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 295 p.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?**. Porto Alegre: Sulina, 2003. 232 p.