



Telecentros comunitários: questões teórico-metodológicas e vivências midiáticas digitais¹

Juciano de Sousa Lacerda²

Associação Educacional Luterana Bom Jesus/IELUSC, Joinville, SC

Resumo

O presente artigo apresenta o desenvolvimento da problemática teórico-metodológica construída e desenvolvida durante a investigação da vivência midiático-comunicacional em telecentros comunitários de acesso público e gratuito, integrantes dos programas de inclusão digital Faróis do Saber, da Prefeitura Municipal de Curitiba-PR, e Paranavegar, do Governo do Estado do Paraná. Apresentamos também os principais indicativos dos tipos de navegação realizado pelos internautas comunitários na espacialidade digital dos telecentros investigados e das formas de uso e apropriação da ambiência do telecentro em suas vivências cotidianas.

Palavras-chave: inclusão digital; telecentros comunitários; políticas públicas; midiaticização digital; usos e apropriações.

O desafio epistemológico da inclusão digital

Nesta investigação,³ 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; 2004). 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,⁴ entre eles, o *de telecentro*.

¹ Trabalho apresentado no NP Comunicação para a Cidadania do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² é Doutor em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, docente do Curso de Comunicação Social do IELUSC e pesquisador do Núcleo de Estudos da Comunicação (Necom-IELUSC) e dos grupos de pesquisa ProcessoCom (PPGCom-Unisinos) e GrupCiber (PPGAS-UFSC), email: juciano@ielusc.br.

³ O presente artigo tem como base a tese de doutorado de Juciano Lacerda, *Ambiências comunicacionais e vivências midiáticas digitais: Conexões e sentidos entre espacialidades pessoais, arquitetônicas e digitais: um estudo da experiência dos internautas em telecentros de acesso público gratuito dos projetos Paranavegar e Faróis do Saber – Curitiba (PR)*, desenvolvida no PPGCom da UNISINOS, com bolsa Capes/Prosup, defendida em março de 2008

⁴ *Infocentros, cabinas, pontos de inclusão digital, locutórios, telehouses, centros tecnológicos comunitários, centros públicos de acesso pago ou gratuito etc.*



Os telecentros ganharam expressão em países da América Latina e começaram a se consolidar no Brasil. Aqui o *boom* era algo recente,⁵ mas na Europa, por exemplo, já existia desde 1985.⁶ 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*.⁷ 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*,⁸ ganhando complexidade e deferência, sem ficar na superficialidade que caracteriza os modismos teóricos. 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;

⁵ Principalmente, a partir do ano 2000.

⁶ Em Vemdalen, na Suécia, foi criado o primeiro telecentro europeu, criado em 1985.

⁷ 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)

⁸ Impulsionado pelas obras de Nobeert 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.



WOLTON, 2003; MATTELART, 2002; PROSS, 1999), transfigurados 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”.

Inclusão social não é só inclusão digital, conectividade e computadores

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.⁹ 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).

Telecentros comunitários, internet internautas: relações entre espacialidades

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, são socialmente relevantes, mas não constituem um objeto de pesquisa. Tínhamos consciência de que o resultado

⁹ 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.



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, construir um objeto de pesquisa a partir da atitude epistemológica de estabelecer *relações entre relações* (BATESON, 2006, p. 355). Evitando antropomorfizar os *objetos tecnoinformacionais*, re-introduzimos 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 auto-referente* (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* (LEMOS, 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 *midiático-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 *tecnoesfera* (SANTOS, 2002), como uma *relação, ambiência, entre relações: espacialidade digital e semiosfera pessoal*.

Midiatização digital em telecentros de acesso público e gratuito

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 midiatização 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*,¹⁰ e do governo do Paraná, o projeto *Paranavegar*.¹¹ 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 na investigação de, no panorama da *Sociedade da Informação*, caracterizar os projetos de inclusão digital como política pública (ASSUMPÇÃO, 2001; OLIVA, 2003; MENOUE *et al*, 2004; SILVEIRA, 2005; WARSCHAUER, 2006). Desta forma, trabalhamos com a 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*

¹⁰ Coordenado pela Secretaria Municipal de Educação com apoio do Instituto Curitiba de Informática (ICI), com 26 mil pessoas cadastradas até o final de 2007. Dos 45 Faróis do Saber, dois são localizados na região central de Curitiba, sendo que o Farol do Bosque do Alemão não tem telecentro. Os demais 43 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 tem acesso à internet. 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. 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.

¹¹ 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. São 110 telecentros em todo o estado, principalmente em cidades com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), beneficiando 87 mil pessoas por mês em 97 cidades do estado. 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. 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. O tempo de uso é de 30 minutos por turno.



*Informação*¹² e realizado por instituições relacionadas com o 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). As tecnologias da comunicação oferecidas no telecentro devem estar ao serviço dos diferentes grupos da comunidade, potencializando seus interesses sociais e econômicos, como entre-ajuda e apoio social on-line, busca por trabalho, acesso a informação gratuita, compras e contatos de trabalho via rede (LOADER, 2004; CASTELLS, 2003, 2004). Como *objetivos específicos* da investigação, 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.

A configuração de nosso objeto de pesquisa requereu não somente um recorte empírico, mas também um recorte teórico, em houve a necessidade de discutir os conceito de *mediatização*, *ambiências* midiático-comunicacionais e *ethos* *mediático*, situando-os na vivências das *formas de comunicação digital*.

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 *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 (2006) têm desenvolvido esta

¹² 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 Informa o*. Há projetos autogeridos por ONGs e institui es sem fins lucrativos que tem uma forma indireta de apoio de governos locais, estaduais ou federais, e inclusive têm com a iniciativa privada, como   o caso do Comit  para a Democratiza o da Informa o (CDI) <www.cdi.org.br>.



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, 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*.

Práticas de comunicação comunitária como forma de vida

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 *espacialidade 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 um *ethos midiático* perpassado pelas leis do mercado e pela lógica do consumo. É importante reconhecer esse matiz, mas sem sobrevalorizá-lo em diante 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 da conta na visão de *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. Tratam-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 se integram 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 situados em bairros de periferia como uma relação complexa em que problematizamos a *espacialidade 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. Desta 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 intersecção.

O Brasil na discussão das políticas públicas de inclusão digital

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 (MENOU *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 as 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).

Mapeamento do ciberespaço navegado em telecentros comunitários

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 *espacialidade digital* é preponderantemente *conversacional*. Uma vez que *Orkut*, *MSN*, chats e *Meebo*¹³ 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 espacialidade digital dos três telecentros voltados para a *conversação digital*. Outra característica forte na espacialidade 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 *mediografia do espaço/tempo dos telecentros* foi a outra estratégia metodológica para captar as distintas espacialidades em relação. Os diários de campo *textual* e *digital* demonstraram ser uma eficiente estratégia na captura das espacialidades. 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, 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.

Telecentro comunitário: barreiras técnicas, solidariedade e conversação digital

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

¹³ Plataforma desenvolvida para Linux que engloba diversas ferramentas conversacionais num mesmo suporte (*MSN*, *Messenger do Yahoo!*, etc.)



espacialidades física, pessoa 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 idéias, 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) é baixo. 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*¹⁴ 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.

Referências

- ASSUMPÇÃO, R. O. D. **Além da inclusão digital**: o projeto sampa.org. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, São Paulo, 2001, 155f.
- BACHELARD, G. **A epistemologia**. Lisboa: Edições 70, 2006, 220 p.
- BATESON, G. **Pasos hacia una ecologia de la mente**. Buenos Aires: Lohlé Lúmen, 1998, 549p.
- BATESON, G. **Una unidad sagrada**: pasos ulteriores hacia una ecologia de la mente. Barcelona: Gedisa editorial, 2006, 444p.
- BONIN, J. 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, P. A economia das trocas simbólicas. In: BOURDIEU, P. **As razões práticas**. São Paulo: Papyrus, 2003, p. 157-197.
- CASTELLS, M. **La Galáxia Internet**: reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Barcelona: Debolsillo, 2003, 363 p.

¹⁴ A perspectiva *plurimetodológica* é uma estratégia desenvolvida no âmbito do Grupo de Pesquisa Processos Comunicacionais, do PCCOM da Unisinos, a partir das reflexões de Efendy Maldonado (2006).



- CASTELLS, M. A Internet e a sociedade em rede. In: OLIVEIRA, J. P.; CARDOSO, G. L.; BARREIROS, J. J. **Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação**. Lisboa: Quimera, 2004, p. 221-244.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. 5.ed. , Petrópolis: Vozes, 2000, p. 373p.
- 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.
- DIZARD, W. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000, 324 p.
- DYSON, F. **O Sol, o Genoma e a Internet**: ferramentas das revoluções científicas. São Paulo: Cia das Letras, 2001, 140 p.
- ROBINSON, S. S. Telecentro en México: desafios y posibilidad”. In: FINQUELEVICH, S. (org.). **Ciudadanos, a la Red!** Los vínculos sociales en el ciberespacio. Buenos Aires: Ciccus-La Crujia, 2000, p. 117-136.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007, 224 p.
- FRAGOSO, S. Um e muitos ciberespaços. In: LEMOS, A.; CUNHA, P. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 212-231.
- FRAGOSO, S. 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 março de 2006
- HEIDEGGER, M. La pregunta por la técnica. In: HEIDEGGER, M. **Conferencias y artículos**. Barcelona: Editores del Serbal, 2001, p. 9-32.
- LACERDA, J. S. **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. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, UNISINOS, São Leopoldo, 2003, 237 f.
- LACERDA, J. S. Redes digitais de solidariedade social. **Communicare**, São Paulo, v. 4, n. 1, 2004, p. 87-101.
- LEMOS, A. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, A.; CUNHA, P. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 11-23.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999, 260 p.
- LIMA, V. A. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001, 365 p.
- LOADER, B. D. Apoio comunitário virtual? A política Social e a emergência do apoio social mediado por computador. In: OLIVEIRA, J. M. P.; CARDOSO, G. L.; BARREIROS, J. J. **Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação**. Lisboa: Quimera, 2004, p. 127-160.
- LOTMAN, I. M. Acerca de la semiosfera. In: LOTMAN, I. M. **La semiosfera I**. Madrid: Ediciones Cátedra, 1996, p. 21-42.
- LUHMANN, N. **A nova teoria dos sistemas**. Porto Alegre: UFRGS, 1997, p. 7-111.
- MALDONADO, A. E. 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.
- MARTÍN-BARBERO, J. Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, año 1, n. 1, julio/diciembre, 2004, p. 22-37.
- MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. **Os exercícios do ver**. São Paulo: Ed. Senac, 2001, 182p.
- MATA, M. C. De la cultura masiva a la cultura mediática. **Revista Diálogos de la Comunicación**, n. 56, Lima, FELAFACS, 1999, p. 81-91.
- MATTELART, A. **História da sociedade da informação**. São Paulo: Loyola, 2002, 197 p.



- MENOU, M. J.; DELGADILLO POEPEL, K.; STOLL, K. Latin American Community Telecenters: “It’s a long way to TICperary”. **The Journal of Community Informatics**, 2004, vol. 1, ed. 1, p. 39-57. Disponível em: <<http://www.ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/191/146>>. Acesso em 10 de novembro de 2007.
- OLIVA, R. **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 de outubro de 2005.
- OROZCO GÓMEZ, G. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, D. (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 81-98.
- PASQUALI, A. Um breve glossário descritivo sobre a comunicação e informação. In: MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L. (orgs.) **Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação**. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2005, p. 15-48.
- PAVLIK, J. V. **El periodismo y los nuevos medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 2005, 351 p.
- PERUZZO, C. M. K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, M. J. C. (org.). **Comunicação pública**. São Paulo: Ed. Alínea, 2004, p. 49-79.
- PISCITELLI, A. **Internet, la imprenta del siglo XXI**. Barcelona: Gedisa, 2005, 188 p.
- PROSS, H. **Atrapados en la red mediática**. Hondarribia-Gipuzkoa, Hiru, 1999, 359 p.
- ROSZAK, T. **O culto da informação**. São Paulo: Brasiliense, 1988, 335 p.
- SANTOS, M. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp, 2002, 384 p.
- SCHAFF, A. **A sociedade informática**. São Paulo: Brasiliense, 1995, 157 p.
- SILVEIRA, S. A. **Exclusão digital: a miséria na era da informação**. São Paulo: Perseu Abramo, 2005, 47 p.
- SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?**. São Paulo: Loyola, 2002, 302 p.
- SODRÉ, M. O ethos midiaticizado. In: SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 11-83.
- SODRÉ, M. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, D. (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 19-31.
- SPYER, J. **Conectado: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007, 254 p.
- THOMPSON, J. B. Comunicação e contexto social. In: THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. 3ª ed., Petrópolis-RJ: Vozes, 2001, p.19-46.
- TREMBLAY, G. La sociedad de la información y la nueva economía: promesas, realidades y faltas de um modelo ideológico. In: MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L. **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo-SP: Umesp, 2005, p. 49-63.
- VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2005, 286 p.
- WARSCHAUER, M. **Tecnologia e inclusão social: a exclusão digital em debate**. São Paulo: Editora Senac, 2006, 319p.
- WIENER, N. **Cibernética e sociedade: o uso humano de seres humanos**. 6. ed., São Paulo: Cultrix, 1984, 191 p.
- WOLTON, D. **Internet, e depois?**. Porto Alegre: Sulina, 2003, 232 p.