



O Capitalismo na Era da Glocalização - A Sociedade da Informação e a Exclusão Digital¹

Denise Businaro AIELO²
Jhonatas Mendonça ROCHA³
Ricardo NICOLA⁴

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

RESUMO

O artigo a seguir visa discutir a Glocalização pelo advento da sociedade da informação através desenvolvimento das Tecnologias de Comunicação e Informação (TCI) e sua massiva aceitação pelo imaginário humano. Para tal, mostraremos como a Internet transformou a sociedade a partir do momento em que mergulhou o ser humano numa rede de informação rizomática que atua na construção da subjetividade e, conseqüentemente, na uniformização ideológica. Por fim, mostraremos as conseqüências disso tudo pra a (pós-) humanidade, a disseminação em larga escala do modo de produção neocapitalista e a inevitável exclusão digital brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Glocalização; Neocapitalismo; Tecnologias de Comunicação e Informação (TCI); Sociedade da Informação; Infoexclusão.

1 Introdução

O Brasil está rendido ao ciberespaço. É claro que a informática ainda não possui a abrangência da televisão ou do rádio; a inviabilidade financeira ainda não permitiu tal avanço – além dos computadores serem caros, o acesso a internet também possui custo alto para a maioria dos brasileiros. Mesmo assim, o mundo on-line é uma realidade. O acesso à rede mundial de computadores é quase que imperativo ao cotidiano das pessoas, que a vêem como espaço sagrado de movimentação de conhecimentos e de informações – e, por isso, demonstrativo de status social. De acordo com pesquisas realizadas pela Deloitte e pelo Harrison Group (LIMA, 2009), a Internet já é a principal mídia para a maioria dos brasileiros (53%) e, segundo o Instituto Brasileiro de

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação. 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da FAAC-Unesp, e-mail: dediaielo@yahoo.com.br

³ Estudante de Graduação. 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da FAAC-Unesp, e-mail: jota.mendonca@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da FAAC-Unesp, e-mail: midia.press@uol.com.br



Geografia Estatística (IBGE, 2007), o Brasil possui mais de 32 milhões de usuários da Internet.

Pode-se concluir, portanto, que o país está irreversivelmente inserido no que se convencionou chamar de “sociedade da informação”. Ora,

um dos principais indicadores do desenvolvimento da sociedade da informação é a penetrabilidade das tecnologias de informação na vida diária das pessoas e no funcionamento e transformação da sociedade como um todo. Em âmbito geográfico, a penetrabilidade é medida principalmente pelo número de usuários da Internet em uma determinada população. (MIRANDA, 2000, p.04)

Assim, quanto maior o alcance das redes de informação, maior a influência delas no cotidiano das pessoas. Nesse contexto, a comunicação e a informação

tendem a permear as atividades e os processos de decisão nas diferentes esferas da sociedade, incluindo a superestrutura política, os governos federal, estaduais e municipais, a cultura e as artes, a ciência e a tecnologia, a educação em todas as suas instâncias, a saúde, a indústria, as finanças, o comércio e a agricultura, a proteção do meio ambiente, as associações comunitárias, as sociedades profissionais, sindicatos, as manifestações populares, as minorias, as religiões, os esportes, lazer, hobbies etc. A sociedade passa progressivamente a funcionar em rede. (ROCHA, 2000, p.04)

Entretanto, tal rede transcende a esfera territorial; e os conceitos de Local, Regional, Nacional e Global ganham novas significações. O espaço desterritorializado – ou, de sua raiz, territorialmente desenraizado – passa a envolver a todos como algo intrínseco. Aparentemente o mundo vive envolto por uma noosfera, uma película indivisível que cobre todo o planeta, carregando em si a consciência humana, representando o desenvolvimento e evolução do espírito – aliás, este é o significado do termo.

O ciberespaço é o espaço que traduz essa complexidade, já que é o responsável pelo rompimento das estruturas lineares de tempo e territorialidade do espaço. Embora o fenômeno já tenha ocorrido antes com a globalização, agora a mola propulsora é a tecnologia da informação. Trata-se, portanto, de um "não-lugar"; uma situação em que estamos, porém, não estando. Como dissera, outrora, Gilberto Gil, “antes Mundo era pequeno porque Terra era grande; hoje Mundo é muito grande, porque Terra é pequena: do tamanho da antena Parabolicamará”.

Este artigo tem por objetivo desenvolver o conceito de ciberespaço através da



globalização territorializada (Glocalizada) e mostrar como sua difusão acaba por transmutar todas as atividades humanas a partir do momento em que mergulha, inevitavelmente, o ser humano numa rede de informação rizomática que atua na construção da subjetividade e, conseqüentemente, na uniformização ideológica. Para tal, discutiremos o advento das Tecnologias de Comunicação e Informação (TCI) e sua massiva aceitação pelo imaginário do ser humano – o que resultou aquilo que alguns já chamam de pós-humanidade –, a propagação do modo de produção neocapitalista – e sua apreensão intersubjetiva em escala mundial – e a inevitável exclusão digital brasileira.

2 Globalização X Glocalização

Vem de longa data a discussão sobre a importância dos meios de comunicação à definição da média comportamental daqueles que estão sob sua influência. É claro que deve haver preocupação com o poder que a Informação dá à Mídia. Principalmente quando esta ganha o alcance mundial – para muitos, o presságio do apocalipse.

Para aprofundar essa discussão é imperativo entender a Comunicação como um processo cultural. Grosso modo, segundo uma visão antropológica, Cultura seria a rede de significados que dão sentido ao mundo que cerca um indivíduo; a dicotomia **Sujeito-Sociedade**; o indivíduo em contato com outros indivíduos, dividindo as mesmas crenças, valores, costumes, lei, moral, língua etc. Trocando em miúdos, Cultura é a forma do Homem se expressar enquanto Sujeito em contato com o ambiente que o cerca!

Desse modo, para que um produto comunicacional – filme, jornal, livro, música etc. – sofra a semiose esperada pelo produtor do conteúdo, faz-se necessário que o receptor da mensagem possua repertório suficiente para absorvê-lo.

Critica-se, nesse aspecto, a uniformização do pensamento mundial pelos meios de comunicação, de modo a Informação ter abrangência global. Ora, o mundo que nós – seres humanos – conhecemos é uma formação integralmente simbólica, abalizada pelos valores culturais vigentes na sociedade em que estão inseridos. O homem o apreende objetivamente, através dos sentidos, subjetivando-o em significados diversos dentro da mente. Nesse contexto, a Informação mediará a experiência objetiva Homem-Mundo, ampliando os horizontes humanos através da virtualidade e, como conseqüência, o desenraizaria de suas origens.

À época da ascensão do rádio e da televisão acreditava-se que e a comunicação



poderia uniformizar o pensamento da sociedade a que se destinava – pensamento que esculpiu termos como Comunicação de Massa, Indústria Cultural etc. Teorias não faltaram na tentativa de validar esse postulado. Balas mágicas, agulhas hipodérmicas, *agenda setting*, mostravam a preocupação da intelectualidade mundial – especialmente da Escola de Frankfurt – em entender os efeitos duma comunicação que atingia um número cada vez maior de pessoas.

Sabe-se que a produção (e expressão) cultural se vê profundamente ligada à questão espaço-temporal. O espaço é, definitivamente, o meio social que serve de berço a determinada cultura. O tempo, o contexto histórico no qual ela se desenvolve. Desse modo, os membros de determinada localidade, que conviveram em uma mesma época (utilizando as mesmas tecnologias), compartilharão os mesmos traços culturais. É o contato o grande responsável por tudo isso!

O advento da comunicação de massa, nesse contexto, interligou profundamente todo o espaço terrestre. Pelo menos, em termos de difusão cultural – e, mais restritamente, à cultura americana, pelo cinema. Mesmo assim, as fronteiras ainda eram respeitadas. O que se observava – mais em termos teóricos do que em meios empíricos – era uma dada ideologia predominante verticalmente imposta. O mundo não estava realmente interligado. Mesmo assim o espaço relativou-se definitivamente.

O mundo ficara pequeno. Em termos, é óbvio. Entre o ser humano e o “novo mundo” que se descortinava frente a seus olhos atônitos havia sempre o fascismo de uma plataforma midiática, que escolhia a dedo o que interessaria a seu público-alvo e a maneira de divulgar tal informação. Pode-se falar, agora, na existência real de uma globalização enquanto propagação de um *way of life* em escala global. Ou seja, a “cultura dominante” seria imposta (pelos proprietários dos meios de produção) a todo o mundo de maneira uniforme através dos *mass media*.

Desse modo, os meios de comunicação exercem papel fundamental no cotidiano de toda a sociedade, tornando-se, ao longo do tempo, os principais responsáveis pelo contato do homem com a cultura que o cerca. Aquilo que antes era vivenciado de forma direta, agora se dá de forma, indiscutivelmente, mediada.

Houve, no entanto, um salto tecnológico capaz de mudar esse cenário. Entenda que, devido à falta de diálogo entre receptores e produtores de Informação, a influência dos *mass media* na formação das subjetividades ainda era muito pouca. Isso se pensarmos que essa é a síntese dialética das singularidades de cada indivíduo e da abstração das crenças e valores compartilhados na esfera cultural, constituídos pela



experiência histórica e coletiva de cada grupo – ou seja, resultado da interação do indivíduo com a cultura em que está inserido.

Com o surgimento e advento da Internet, esse panorama sofreu uma profunda mutação. Principalmente se pensarmos que, pela real (porém, virtual) interligação do mundo, os bits da internet fazem com que um nova-iorquino se comunique, em tempo real, com um paulistano. A relação Homem-Mundo está constantemente sob a égide da mudança.

Não se trata mais de "alienação" ou "massificação", termos largamente utilizados na crítica dos modelos comunicacionais anteriores: trata-se agora da "subjetivação", a integração do sujeito aos fluxos, e portanto, à axiologia do mercado imaterial. [...] Trata-se, neste momento, não mais de um "fazer-fazer", mas de um "fazer-ser". Não mais uma relação de produção/acumulação (consumo), mas uma forma de circulação/integração (adesão). (CAZELOTO, 2006, p.9)

Ora, cada um é capaz de dialogar interativamente com a Informação, além do contato (virtual, é claro) com o mundo já não necessitar de intermediários. A noosfera interliga indivíduos, e não massas. Mas, a principal transformação foi a dissolução no ar de tudo aquilo que antes fora sólido – o que Marx já previa no século XIX. Enquanto os *mass media* exportavam (e importavam) materialismo, o que se encontra na internet são diálogos entre signos imateriais. Desse modo, não há mais um paradigma cultural a ser seguido, mas, sim, uma transcultura de natureza híbrida (real e virtual).

Nesse contexto, pode-se falar em Glocalização da Informação. Ou seja, pelo ciberespaço se constituir como um espaço transcultural sem fronteiras, o conceito de Global se aglutina ao de Local, e vice-versa. Por conseqüência, ocorre também uma Glocalização da Cultura pelo alargamento da percepção do espaço-tempo enraizado numa localidade específica.

É imperativo nesse momento afirmar que Globalização e Glocalização, apesar de distintos, são conceitos complementares, tanto histórica quanto semanticamente. Enquanto a Globalização se conceitua como uma interconexão cultural ativo-passiva, a Glocalização – enquanto globalização territorializada – se daria de forma ativo-ativa.

A globalização é um processo desigual que, em certa medida, pode ser considerado como a ocidentalização dos valores culturais de nossos tempos. Mas, paradoxalmente, a globalização vem fortalecendo a proliferação de identidades locais e, ainda que pareça utópico, a sociedade da informação que estamos ajudando a construir também pode dar espaço para culturas geograficamente isoladas – como é, em



parte, o nosso caso. (MIRANDA, 2000, p.06)

3 Neoliberalismo e Intersubjetividade

Considerando-se globalizado todo o mundo interconectado pelas redes telemáticas, principalmente aquela relacionada à Internet, cabe aqui uma reflexão sobre as reais implicações da disseminação desse conceito e das mudanças que isso acarreta.

Mesmo sem que haja consenso firmado em torno da natureza e extensão dessas mudanças, a noção predominante é a de que o capitalismo expandiu-se por toda a superfície do globo, ou, como diz Jameson, ultrapassou as derradeiras fronteiras e colonizou a *natureza e o inconsciente*. (CAZELOTO, 2006, p.3)

Como já discutido, A “cultura de massa” seria uma forma de cultura **imposta** (pelos proprietários dos meios de produção) a uma grande quantidade de indivíduos (subjetividades, enfim!) de maneira uniforme através dos *mass media*, sempre travestida de objeto de consumo e relacionada a outros produtos passíveis da mesma tratativa.

Entretanto, ao contrário do que profetizavam os estúdios da Indústria Cultural, o Homem não se uniformizou por causa dos meios de comunicação de massa. Pelo contrário: “o pensamento pós-moderno [...] se reporta às sociedades contemporâneas em face de suas heterogeneidades e fragmentações culturais” (NÓBREGA, 2008, p.3), adaptado, claramente, à lógica cibernética.

Muitos teóricos têm caracterizado a cultura atual como *sociedade de consumo*, o que corresponde a aceitar que o mapeamento deste mundo simulacional das mercadorias é um dos eixos centrais para a compreensão da cultura. Se outrora o consumo era apenas uma consequência da produção de mercadorias, “hoje é preciso produzir os consumidores, é preciso produzir a própria demanda, e essa produção é infinitamente mais custosa do que a de mercadorias”. (CHEVITARESE, 2001, p.9)

Enquanto o consumo da mídia de massa se pauta na Produção, ou divulgação de produtos materiais (publicidade), a Internet se preocupa mais com o Consumo enquanto divulgação de bens simbólicos. Há, portanto uma rigorosa mudança no eixo básico do Capitalismo. E essa situação tem se devido à expansão do modo de produção industrial capitalista, que se tornou hegemônico inclusive na produção e distribuição de produtos intelectuais. Ora, todos os meios de comunicação se pautam pela lógica de mercado e interferem descaradamente nos processos econômicos, políticos e culturais das diversas



sociedades.

Delineia-se, nesses termos, o que chamaremos de Neocapitalismo. Tal conceito se constrói a partir da aceitação cultural intersubjetiva do capital, entendendo Cultura como “maneira de ver o mundo, por meio de um conjunto de idéias implícitas e explícitas, que acabam predominando entre as possíveis” (MIRANDA, 2000, p.05).

A partir de então, nota-se que o Capitalismo se transformou numa rede de signos tão disseminada que acabou por ser tomado como característica intrínseca à construção do Sujeito como uma identidade cultural. Nessa acepção, projetamo-nos nessa identidade cultural e internalizamos seus significados e valores, “alinhando nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural em que vivemos” (MIRANDA, 2000, p.06).

Nesse contexto há também uma mudança conceitual na definição de Trabalho. Quase como consequência da transição do fordismo para o toyotismo, adaptou-se o trabalho à realidade da sociedade da informação. Desse modo, o trabalho imaterial passa a ser culturalmente aceito como o paradigma a ser seguido. O trabalho manual, por sua vez, se encontra cada vez mais automatizado, restando ao homem a execução do trabalho intelectual de infra-estrutura ou a interação subjetiva com o resultado dele.

Nessa ótica a indústria da informação e da comunicação assume um papel da maior importância, em que o trabalho intelectual enquanto fonte de conhecimento produz valor que se agrega à mercadoria, facilitando o uso comercial das redes. Este tende a se ampliar tornando-se um valor a ser perseguido, na corrida rumo aos poderes econômico, comercial, científico, técnico, cultural e político, os quais se encontram enraizados no movimento de interconexão global. (LIMA, 2007, p.40)

A partir daí, o neocapitalismo integra, fascistamente, economia e cultura, transportando, inclusive, a produção industrial de mercadorias e a finança especulativa à esfera cultural e, no sentido contrário, dando a cultura uma aura mercantil e econômica a partir do momento em que se utiliza dela para propaganda ideológica.

A centralidade atual do trabalho encontra-se ratificada por sua dimensão imaterial, promovendo-se uma rearticulação entre o trabalho manual e intelectual, configurando mais uma vez novas hierarquias, as quais evidenciam que na prática das relações de produção aprofundam-se os mecanismos de subordinação e de exclusão social, que explicitam, pelo contrário, a centralidade que o trabalho ainda possui. Assim, [...] mais do que invadir a cultura, o capital torna-se cultura, no sentido mais amplo do termo, e a forma mercadoria passa a monopolizar o conjunto



de relações sociais, inclusive aquelas mais internas e mais resistentes à expansão da lógica capitalista (BOLAÑO, 2000, p.48).

Agora, portanto, o capital se desprende de sua relação com o real (moeda) e passou a ser aceito como correlação entre códigos sígnicos carentes, tanto de significados, quanto de finalidade. Exemplos gritantes dessa característica são vistos diariamente na volatilidade do mercado internacional de ações e seus organismos reguladores. Nesse contexto, agindo ativamente na formação intersubjetiva, abalizado pela sociedade da informação, o capitalismo – como assinalado atualmente – encontra solo fértil para sua perpetuação de forma hegemônica e autolegitimadora.

Por fim, conclui-se que o atual estágio moldado pela simbiose informação/capitalismo nada mais é que a adaptação deste à nova realidade em que o mundo se vê inserido, se valendo “dos mecanismos de produção, armazenamento e circulação da informação [...] no sentido de favorecer a fluidez do capital financeiro” (LIMA, 2007, p.42).

4 Pós-modernidade e Pós-humanidade

A discussão intelectual acerca da massificação do espírito capitalista não é novidade. A “imagem da civilização moderna industrial, assentada na produção e na máquina, iria se modificar desde os anos 50, ao arrumar para a sociedade pós-industrial, mobilizada pelo consumo e a informação” (SANTOS, 1986).

E não foi por menos. A evolução das comunicações, do maquinário trouxe uma mudança brusca nas relações pessoais. O progresso nos meios de comunicações é uma realidade inevitável devido ao tamanho avanço técnico. As invenções modernas são modificadas e trabalhadas de maneira a ficarem acessíveis a todas as pessoas. Diminuiu-se o tamanho do computador e surge o PC (Computador pessoal). A televisão, o rádio e o telefone tornam-se acessíveis à grande massa. A informação chega a todos!

(...)nas sociedades programadas a tecnociência atravessa de ponta a ponta a vida cotidiana. O ambiente pós-moderno é povoada pela cibernética, a robótica industrial (...), a biologia molecular, a medicina nuclear, a tecnologia de alimentos, as terapias psicológicas, a climatização, as técnicas de embelezamento junto com walk-man, o videogame, o videocassete, o videodata (tv-computador-telefone), a TV por cabo (...) e os computadores domésticos. Essa revolução, em grande parte, se deve ao *chip*. Com milhares de micro-circuitos em 1 /2 cm², ele reduziu a computação à escala individual. (SANTOS, 1986)



Como se vê, a informação é algo indispensável à vida pós-moderna. O homem vive em torno dela e, muitas vezes, através dela. Vide a chegada do homem à lua, em 1969. Toda a humanidade viveu aquele momento. Era como se o mundo todo pulasse da espaçonave e caísse levemente em direção ao solo lunar, rodeado por um manto estrelado que servia de pano de fundo. Lindo! Mas, na verdade, a experiência real foi vivida apenas por Neil Armstrong. A mensagem foi transmitida de modo que todos os espectadores da façanha se sentissem participantes ativos. A realidade empírica foi substituída pela simbólica, da informação.

O ambiente pós-moderno significa basicamente isso: entre nós e o mundo estão os meios tecnológicos de comunicação, ou seja, de simulação. Eles não nos informam sobre o mundo; eles o refazem à sua maneira, hiper-realizam o mundo, transformando-o num espetáculo. (SANTOS, 1986)

Nesse contexto, o advento da rede mundial de computadores potencializou a níveis nunca antes imaginados o poder da mediação. Ora, como pensar em assistir as sensações alheias quando, por meio de determinadas máquinas, pode-se também senti-las?! Surge, então, o conceito de pós-humanidade. “O termo pós-humano tem ganhado espaço nos meios intelectuais e acadêmicos nos últimos tempos, ele parece vir substituir, de certo modo, o já desgastado termo pós-moderno.” (FRANCO, 2007, p.1)

A relação homem-máquina já está tão avançada que a hibridização carne-silício, já extrapola os limites físicos de um e de outro. Próteses, simuladores, projeções, interfaces são só pequenos exemplos de ligações físico-virtuais que, até pouco tempo atrás, eram pensadas apenas como ficção científica e que hoje já são realidades.

Nossa espécie já aumentou a ordem "natural" de nossas vidas por meio de nossa tecnologia: drogas, suplementos, peças de reposição para virtualmente todos os sistemas corporais e muitas outras invenções. Já temos equipamentos para substituir nossos joelhos, bacias, ombros, cotovelos, pulsos, maxilares, dentes, pele, artérias, veias, válvulas do coração, braços, pernas, pés e dedos. Sistemas para substituir órgãos mais complexos (por exemplo, nossos corações) começam a funcionar. Estamos aprendendo os princípios de operação do corpo e do cérebro humanos e logo poderemos projetar sistemas altamente superiores, que serão mais agradáveis, durarão mais e funcionarão melhor, sem serem suscetíveis a panes, doenças e envelhecimento (KURZWEIL, 2003).

Isso sem falar na extensão que o computador (o computador ligado à rede, inclusive!) se tornou do corpo humano. O PC deixou de ser instrumento de trabalho ou



de diversão para se tornar membro da família, ou antes, da vida. Ele ainda é utilizado como fonte de informações, instrumento para troca de mensagens pessoais, troca de arquivos, meio de comunicação... Mas, mais do que isso, hoje ele é artigo de primeira necessidade.

E ter uma máquina desconectada também já não serve de nada. Pensar nos computadores sem conexão à internet é como pensar em uma manivela ou qualquer motor de tração animal; o mundo sem acesso à internet já é quase um mundo sem vida. O *off-line* está para se tornar *off-life*. A integração ontológica do homem com seus aparatos tecnológicos já é, de certo modo, irreversível e a rede de conexões entre as diversas repetições dessa união parece submeter o mundo a uma espécie de buraco branco informacional.

5 Brasil: um país parcialmente glocalizado?

Há, no entanto, um grande “porém” em meio a todo esse cenário: a questão do acesso às tecnologia que permitam esse acesso.

A velocidade do avanço na Internet não deixou margem para escolha, limitando as trajetórias de desenvolvimento de modo a privilegiar apenas aquelas nações que optarem pela educação digital de sua população. Por esse motivo, a se perpetuarem as desigualdades digitais, se delineia uma crise a partir da marginalização dos países que não optarem – ou não tiverem a oportunidade de optar – pela imersão na Era da Informação. (BOCCHINO, 2006, p.18)

Trocando em miúdos, apesar da atual ampliação das possibilidades relacionadas às Tecnologias de Comunicação e Informação (TCI) e dos canais de acesso a elas, a sua difusão ainda não está suficientemente democratizada. Nesse contexto, nota-se que a distribuição das TCI segue a tendência díspar da distribuição de riquezas. Ou seja, transporta-se para o ciberespaço a divisão desigual do poderio de consumo, restringindo, portanto, a uma parcela ínfima da população o acesso irrestrito aos sistemas de informação imprescindíveis às decisões, resultado claro da Infoexclusão.

Especificando essa discussão genérica e transportando-a para o cenário brasileiro, a questão que inspira maior preocupação diz respeito à disparidade de oportunidades. A vultuosidade da discrepância entre a qualidade tecnológica a que as diferentes classes sociais têm acesso chega ao absurdo de ser definida como “apartheid digital”. E para confirmar essa tese, basta uma análise superficial das novas gerações. Os mais ricos, que cresceram junto a brinquedos tecnológicos, apreendem o “saber” das



TCI de uma maneira natural, já os ‘menos favorecidos’ lidam com a dificuldade de acesso aos meios totalmente novos. Os jovens das classes mais abastadas seriam filhos da tecnologia, enquanto os mais pobres não passam de imigrantes!

Nesse universo, as Tecnologias da Informação e da Comunicação ameaçam atuar como uma cortina de fumaça entre aqueles que a consomem e a sua condição no mundo, uma vez que os pobres são excluídos da sociedade da informação e nele apareçam como objetos e nunca como sujeitos com suas próprias vozes, ficando o potencial emancipatório das redes em segundo plano. (LIMA, 2007, p.42)

Ou seja, enquanto as classes A e B, majoritariamente, têm acesso à tecnologia de ponta, as demais absorvem somente as tecnologias anteriores e defasadas, o que perpetua a Infoexclusão, criando diferentes status sociais a diferentes ambientes tecnológicos.

Segundo os últimos levantamentos, em 2005, 86,3% das famílias com acesso à Internet no Brasil tinham rendimentos mensais superiores a mil reais. Esses números expressam que o acesso às TIC ainda é realidade praticamente restrita às classes mais favorecidas. Confirmando essa linha, dados da pesquisa PNAD-IBGE de 2003 revelam um quadro similar: 63% dos domicílios da classe A possuem acesso à Internet, enquanto que apenas 1% dos domicílios das classes D e E dispõem da mesma facilidade.

E a situação tende a piorar quando observamos que a Sociedade da Informação está amplamente difundida como um aspecto cultural formador do homem contemporâneo; para o bem e a para o mal.

Os computadores não estão em toda parte e talvez nunca cheguem a ter a penetração obtida pelo rádio e pela televisão, mas, mesmo assim, atuam como formas privilegiadas na organização das áreas mais avançadas do capitalismo, produzindo sobre as demais uma sobredeterminação simbólica e material e erigindo um horizonte-meta, para o qual convergem os esforços e os investimentos de estados e organizações da sociedade civil. (CAZELOTO, 2006, p.4)

Além disso, de acordo com pesquisa realizada pelo Grupo Telefônica, de forma geral, os formadores de opinião entendem que não há planejamento de longo prazo de construção e desenvolvimento de um modelo nacional bem definido de Sociedade da Informação, de modo que as mudanças só ocorrem quando são criadas situações de conflitos insolucionáveis em curto prazo

Mesmo assim, as experiências com o acesso à sociedade da informação por meio



de telefones celulares têm sido bastante positivas. O acelerado crescimento do número de aparelhos celulares nos últimos anos pode induzir à conclusão de que o telefone celular vem se constituindo no principal instrumento de universalização das telecomunicações no Brasil, sobretudo após a popularização do sistema pré-pago, mais acessível economicamente à população, e que representa cerca de 80% do total de celulares em operação no País.

Por fim, apesar de os acessos ainda serem majoritariamente desiguais, é prudente acreditar que o Brasil se encaminha para uma integração glocal mais abrangente num futuro próximo. Basta apenas analisar a evolução do número de conectados no país: em 1997, o Brasil possuía uma quantidade desprezível de internautas, enquanto que, segundo o IBOPE, em maio de 2003, o número de acessos à rede já era de mais de 20,5 milhões de brasileiros.

6 Considerações finais

As transformações pelas quais a sociedade vem passando têm interferido diretamente nas relações do homem com a mídia (além, é claro, das próprias relações pessoais humanas). A passagem da sociedade tradicional para a sociedade burguesa, sua evolução para o mundo pós-moderno e a atual teoria da pós-humanidade delineiam a proximidade e as interpelações da relação homem-máquina e seu conseqüente contato com a comunicação. Notícias que antes levavam meses para ser disseminadas, hoje levam segundos. Se, há tempos se pensava em Globalização e trocas de interesses comerciais, hoje se fala em Glocalização e troca de experiências humanas via máquinas.

A interação que a rede mundial de computadores trouxe permite, hoje, se falar em cultura local disseminada para o mundo sem que se perca, assim, a identidade primeira. Porém, para que se consiga a total integração que a idéia da pós-humanidade propõe, é preciso investir na disseminação e na homogeneização do acesso à rede. Só assim se poderá pensar em uma integração de culturas, sensações e relações por completo.

Nesse aspecto, apesar de alguns dados animadores, o Brasil ainda engatinha. A inclusão digital é questão de ordem; principalmente se for calcada numa melhor distribuição de renda (ou, o que é mais palpável na atual conjuntura econômica mundial, tornar o preço das TCI acessíveis a todas as camadas sociais) e acesso a educação. E sem um desses pilares qualquer ação está fadada ao insucesso.



Não basta o reconhecimento e o empenho (governamental, social, técnico e econômico) para encontrar soluções que viabilizem a aquisição de equipamentos e serviços à população. Com determinação política e recursos financeiros é possível disponibilizar equipamentos e serviços à população em curto espaço de tempo, porém, tais facilidades são inúteis se a população não puder fazer uso delas, por falta de treinamento, habilidade ou incapacidade física. (CARVALHO, 2003, p.79)

Faz-se necessário, portanto, que se mudem os valores que usualmente são integrados ao conceito de Infoinclusão; a essa altura do campeonato já está claro que ela não se dá somente pela disponibilização de computadores às camadas mais pobres da sociedade. SILVEIRA afirma que a inclusão digital depende basicamente do acesso:

à rede mundial de computadores (computadores conectados a um provedor); aos conteúdos da rede (pesquisa e navegação em sites de governos, notícias, bens culturais, diversão, etc.); à caixa postal eletrônica e a modos de armazenamento de informações; às linguagens básicas e instrumentos para usar a rede (mp3, chat, fóruns, editores, etc.); às técnicas de produção de conteúdo (html, xml, técnicas para produção de hipertexto, etc.); à construção de ferramentas e sistemas votados às comunidades (linguagem de programação, design, formação para desenhar sistemas, etc.). (2005, p.435)

Para que isso realmente ocorra, o primeiro passo seria a transformação da educação em dois pontos. O primeiro diz respeito ao ensino básico, que deveria colocar seus alunos em contato com as TCI desde muito pequeno, de modo que a sua apreensão se desse quase que instintivamente. A iniciativa privada – em se tratando dos produtores das TCI – não irá incluir os mais pobres na era da informação. Sua produção tem por alvo aqueles que podem pagar por seus produtos, seguindo a lógica de mercado. Para confirmar essa afirmação basta lembrar que a educação só horizontalizou, atingindo a todos, quando virou política pública.

Cabe aqui a ressalva de que isso já é observado nas escolas particulares de todo o país, o que mostra descaradamente a distinção – dita anteriormente – de filhos e imigrantes da sociedade da informação. O domínio da computação, que antes era apenas um item de profissionalização diferencial, atualmente é uma questão de cidadania. Quem não o possui se vê deslocado em meio aos pós-humanos ciberdependentes.

O segundo, mas não menos importante, diz respeito ao nível superior, responsável pela formação de programadores – aqueles que projetam o design dos softwares disponíveis no mercado. Atualmente, nota-se que eles criam interfaces muito



complexas para quem não têm contato com as novas tecnologias. “O ideal seria uma interface minimalista que permitisse a operação do equipamento com a menor necessidade de habilidade ou conhecimento prévio possível. Intuitiva para qualquer pessoa. A interface ideal deve ser invisível, ou seja, passar despercebida” (CARVALHO, 2003, p.79).

Assim, é imperativo que o Brasil se preocupe (depressa) em fazer uma infoinclusão séria e baseada numa metodologia que dê cabo de todas necessidades que envolvem essa questão. “A exclusão digital não se trata de uma mera consequência da pobreza crônica, mas torna-se fator de congelamento da condição de miséria e de grande distanciamento das sociedades ricas” (SILVEIRA, 2005, p.421).

Referencial Teórico

BOCCHINO, Elizabeth Veloso (*et al*). **Tecnologias da informação e sociedade: o panorama brasileiro**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2006.

BOLÃO, C. R. S. *Sociedade da Informação: reestruturação capitalista e esfera pública global*. In: **Revista Estudos de Sociologia**. Araraquara, São Paulo. v. 8, n.00, 2000, p. 93-128.

CARVALHO, José Oscar F. de. *O papel da interação humano-computador na inclusão digital*. In: **Transformação**, Campinas, n. 15 (Edição especial), set/dez 2003, pp. 75-89. Disponível em: <<http://www.eci.ufmg.br/bogliolo/downloads/CARVALHO%20IHC%20e%20Inclusao%20Digital.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2009.

CAZELOTO, Edilson. **Glocal: Elementos para uma crítica do modo mediático de reprodução do capitalismo tardio**. Artigo produzido para o CENCIB – centro interdisciplinar de pesquisas em comunicação e cibercultura – do programa de pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica. São Paulo, SP, 2006. Disponível em: <<http://www.qprocura.com.br/dp/73045/Glocal:-elementos-para-uma-critica-do-modo-mediatico-de-reproducao-do-capitalismo-tardio.html>>. Acesso em: 20 mai. 2009.

CHEVITARESE, L. *As “razões” da pós-modernidade*. In: **Análogos: Anais da I SAF-PUC**. Rio de Janeiro: Booklink, 2001. Disponível em: <www.saude.inf.br/filosofia/posmodernidade.pdf>. Acesso em: 28 out. 2008.

CUCHE, Denys. *Cultura e identidade*. In: **A noção de cultura em ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999, p.175-202.

FELINTO, Erick. **A Comunicação dos Autômatos: O Imaginário do Pós-Humanismo na Internet (Conclusões de uma Pesquisa)**. Artigo apresentado ao NP “Tecnologias da Informação e da Comunicação”, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Intercom – Sociedade



Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Brasília, 6 a 9 set.2006.

FRANCO, Edgar. **Será o Pós-Humano?** Postado em: Tipos, 19 de fevereiro de 2007.
Disponível em: <<http://posthuman.tipos.com.br/posts/2007/02/19/sera-o-pos-humano/>> Acesso em: 23 de junho de 2009.

IBGE (Comunicação Social). **Pnad 2005 – Acesso à Internet:** IBGE contou 32,1 milhões de usuários da internet no país. Rio de Janeiro, 23 mar. 2007. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_impresao.php?id_noticia=846>. Acesso em: 30 mai. 2009.

KURZWEIL, Ray. **Ser Humano Versão 2.0**, in Caderno Mais!, Folha de São Paulo, São Paulo, domingo, 23 de março de 2003.

LIMA, Maria de Fátima Monte. *Educação e Produção de Conhecimento na Sociedade de Conhecimento na Sociedade da Informação*. In: **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. www.eptic.com.br, vol. IX, n. 1, jan. – abr. 2007, pp. 39-54. Disponível em: <http://www.eptic.com.br/eptic_es/interna.php?c=82>. Acesso em: 15 jun. 2009.

LIMA, Venício A. de. *Internet & Mídia Tradicional - Mudança sem retorno*. In: **Agência Carta Maior. São Paulo**, 21 mai. 2009. Disponível em: <http://www.cartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna_id=4350>. Acesso em: 30 maio 2009.

MIRANDA, Antonio. *Sociedade da informação: globalização, identidade cultural e conteúdos*. In: **Revista Ciência e Informação**. Brasília, mai.- ago. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652000000200010>. Acesso em: 20 jun. 2009.

NÓBREGA, Zulmira. **Cultura popular na pós-modernidade**. 16 f. Artigo (Doutoramento). UFBA, Salvador: 2008. Disponível em: <www.cult.ufba.br/enecult2008/14345.pdf>. Acesso em: 27 out. 2008.

ROCHA, Marisa Perrona Campos. *A questão da cidadania na sociedade da informação*. In: **Revista Ciência e Informação**. Brasília, jan.- abr. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652000000100004>. Acesso em: 20 jun. 2009.

SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que é pós-moderno**. 5ª ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1986.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. *Inclusão digital, software livre e globalização contra-hegemônica*. In: **Seminários temáticos para a 3ª Conferência Nacional de C,T&I**. Internet, n. 20, Jun 2005, pp. 420-446. Disponível: <<http://www.eci.ufmg.br/bogliolo/downloads/SILVEIRA%20ID%20e%20Software%20Livre.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2009.