

**COMUNICAÇÃO
SOCIAL**

Universidade Federal do Ceará
Centro de Humanidades

2000

Departamento de Comunicação Social e Biotecnologia

Curso: Comunicação Social

Disciplina: Projeto Experimental

CONSUMO CULTURAL:
A "DOMESTICAÇÃO" DA INTERNET NO COTIDIANO DAS FAMÍLIAS EM
FORTALEZA

COMUNICAÇÃO

F. 261

M. 549/00

Viviane de Souza Lima
Fortaleza, 2000

VIVIANE DE SOUZA LIMA

CONSUMO CULTURAL:
A “DOMESTICAÇÃO” DA INTERNET NO COTIDIANO DAS FAMÍLIAS EM
FORTALEZA

Monografia apresentada ao Departamento de
Comunicação Social e Biblioteconomia,
como requisito para a obtenção do
grau de Bacharel em Comunicação
Social.

Professora Orientadora: Olga Guedes

BANCA EXAMINADORA

Professora Olga Guedes (UFC) – Orientadora

Professor Silas de Paula (UFC) – Membro da Banca

Professor Luís Tadeu Feitosa (UFC) – Membro da Banca

Para minha mãe, Alzira, e para o meu pai, Mário, incentivadores em todos os momentos da minha vida e exemplos de força e determinação. Todas as minhas conquistas são reflexos do amor dos meus pais e, antes de tudo, são as nossas conquistas.

PARABOLICAMARÁ

Gilberto Gil

Antes mundo era pequeno
Porque Terra era grande
Hoje mundo é muito grande
Porque Terra é pequena
Do tamanho da antena parabolicamará

Ê, volta do mundo, camará
Ê-ê, mundo dá volta, camará

Antes longe era distante
Perto, só quando dava
Quando muito, ali defronte
E o horizonte acabava
Hoje lá trás dos montes, den de casa,
camará

(...)

De jangada leva uma eternidade
De saveiro leva uma encarnação

Pela onda luminosa
Leva o tempo de um raio

(...)

Esse tempo nunca passa
Não é de ontem nem de hoje
Mora no som da cabaça
Nem tá preso nem foge

(...)

De jangada leva uma eternidade
De saveiro leva uma encarnação
De avião, o tempo de uma saudade
Esse tempo não tem rédea
Vem nas asas do vento

(...)

AGRADECIMENTOS

Ao meu irmão, Mário Roberto, por me servir de exemplo sempre, apesar da distância.

Ao professor Silas de Paula e à minha orientadora Olga Guedes pelos ensinamentos ao longo de dois anos como bolsista do Núcleo de Comunicação e Informação e pelo apoio na realização deste trabalho.

Aos amigos da turma 1996.1 pela convivência e aprendizado ao longo desses quatro anos.

A todos os professores e funcionários do Curso de Comunicação Social da UFC.

Aos meus amigos especiais Fabíola, Patrícia, Ricardão, Ricardinho, Gil, Amauri, Gustavo pela troca de experiências e por dividirem comigo momentos inesquecíveis.

À Danilo Patrício pela “responsabilidade sedutora” com a qual sempre me incentiva e me fez acreditar na “construção” da realidade dos sonhos.

Às famílias entrevistadas por permitir que eu me inserisse no cotidiano de suas vidas.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| INTRODUÇÃO | 08 |
| 1. CIBERESPAÇO E GLOBALIZAÇÃO | 13 |
| 1.1 O fenômeno do ciberespaço | 17 |
| 1.2 Como tudo começou | 20 |
| 1.3 A rede mundial de computadores – A Internet | 22 |
| 2. “SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO” OU INFORMATIZAÇÃO DA SOCIEDADE? | 27 |
| 2.1 Do “Capitalismo de Produção” ao “Capitalismo de Consumo” | 31 |
| 2.2 Breve olhar sobre as teorias de consumo | 39 |
| 2.3 Consumo e a cidadania | 43 |
| 2.4 O consumo cultural no contexto do cotidiano | 46 |
| 3. ESTUDO DE CASOS: OS INTERNAUTAS DE FORTALEZA | 55 |
| 3.1 O ambiente doméstico das famílias | 57 |
| 3.2 Apropriação da Internet | 59 |
| 3.3 Objetificação | 60 |
| 3.4 Incorporação | 61 |
| 3.4.1 O aprendizado da Internet | 61 |
| 3.4.2 O que eles vêem na rede | 63 |
| 3.4.3 O acesso ilimitado das crianças à Internet preocupa os pais? | 68 |
| 3.4.4 O senso crítico da família em relação ao uso da Internet | 70 |
| 3.4.5 A Internet como tema para conflitos | 71 |
| 3.5 Conversão da Internet | 73 |
| 3.6 As famílias e a Influência da Internet no Cotidiano | 76 |
| 4. POSSÍVEIS CONCLUSÕES | 80 |
| 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 88 |

INTRODUÇÃO

O presente trabalho é resultado da pesquisa, “Novas Tecnologias de Comunicação e Informação e os Mecanismos de Exclusão Social”, desenvolvida pelo Núcleo de Pesquisa em Comunicação do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará, criado em 1997, com patrocínio do CNPq, tendo como objeto de estudo o significado do consumo das novas tecnologias de comunicação e informação, particularmente a Internet, em usuários da cidade de Fortaleza. Como bolsista do projeto, participamos de todas as etapas da pesquisa direcionadas à compreensão da extensão e da velocidade das possíveis mudanças que são atribuídas ao uso da rede. Com a finalização da pesquisa, interessamos em aprofundar a análise de como a Internet é usada e, possivelmente, incorporada nas atividades do cotidiano das famílias usuárias.

A pesquisa original investigou um amplo leque de questões, relacionando teoricamente os níveis macro e micro através da perspectiva da economia política e das teorias de consumo cultural e práticas cotidianas, além da sociologia do ciberespaço. Foram realizadas entrevistas com 130 usuários da rede, selecionados a partir da lista das três maiores provedoras de Fortaleza de agosto de 1997. Os critérios utilizados para a seleção foram renda, ocupação, religião, idade e posse de bens de consumo. Para melhor analisar as entrevistas foi elaborado um roteiro com quatro categorias que satisfaziam ao estudo do uso que os usuários faziam da tecnologia, das possíveis sociabilidades com a comunicação online, da dimensão do caráter democrático da rede e dos custos com o serviço. Foi esse material que tivemos como base para iniciarmos o projeto de pesquisa que agora apresentamos.

O que mais nos chamou a atenção na análise das quatro categorias e nos motivou a aprofundar o estudo do uso da Internet foi a observação de possíveis mudanças que estavam se inserindo na rotina das famílias usuárias, interferindo ou mudando o cotidiano das relações sociais entre os membros da família e entre estes e outros usuários e das relações profissionais.

Portanto, os objetivos deste trabalho são:

- analisar algumas das possíveis mudanças no cotidiano das famílias usuárias da Internet, em Fortaleza, para que compreendamos o processo de “domesticação” dessa tecnologia no espaço privado.
- compreender o cotidiano dos “conectados” fora do ciberespaço e dentro de casa, levando em consideração suas referências culturais.

A base teórica e metodológica da pesquisa partiu dos estudos culturais centrados na família, audiência e novas tecnologias.

Buscando encontrar dados qualitativos que nos dessem uma visão do consumo doméstico da Internet, foi selecionado da amostra de 130 entrevistas, três famílias de usuários e feito um estudo comparativo dos depoimentos de alguns membros destas famílias concedidos entre outubro e junho de 1997 e outros realizados em dezembro de 1999. A metodologia utilizada foi a entrevista semi-aberta, seguindo um roteiro previamente elaborado.

O perfil geral dos internautas em Fortaleza foi definido na primeira pesquisa quando foi realizado o mapeamento dos usuários e definidos como integrantes da classe média-alta, a maioria com nível superior, dentro da faixa etária de 20 e 29 anos e solteiros. O perfil dos usuários escolhidos para o desenvolvimento desta pesquisa foi o de pessoas que possuíam computadores com acesso à Internet em suas residências, pertencentes à classe média, com renda familiar entre R\$ 4 mil e R\$ 7 mil. A decisão de escolher casais que vivem juntos e que têm ou pretendem ter filhos foi tomada tendo em vista que estudávamos como se constituía a relação dos membros das famílias com a tecnologia e entre eles no contexto tradicional da família.

As entrevistas dessa segunda etapa foram realizadas com a utilização de um roteiro previamente elaborado que objetivou perceber quais foram as mudanças ocorridas no uso da tecnologia depois de dois anos e aprofundar questões mais específicas quanto ao uso da Internet pela família. Nessa perspectiva, foi importante abordar cada passo da relação do usuário com a nova tecnologia, desde a aquisição, passando por todo o processo de “domesticação” da mesma. Os entrevistados escolhidos na amostra foram os que apresentaram depoimentos com mais detalhes e que tinham uma maior visão global dos possíveis efeitos que a nova tecnologia vinha desempenhando na rotina de seus lares.

É importante salientar que a amostragem das famílias pesquisadas é representativa em termos qualitativos, do universo de famílias que utilizam a rede em Fortaleza. Em nossa pesquisa não é privilegiada a análise estatística por considerarmos que esse estudo não é capaz de retratar toda a dinâmica e a complexidade da prática do consumo das TCIs no ambiente familiar. Nossa argumentação se baseia na afirmação de Michel de Certeau de que “elas (*as estatísticas*) só captam o material utilizado pelas práticas de consumo – material que é evidentemente o que é a todos imposto pela produção – e não a *formalidade* própria dessas práticas, seu ‘movimento’ sub-reptício e astucioso, isto é, a atividade de ‘fazer com’. A força desses cálculos se deve à capacidade de dividir, mas essa capacidade analítica suprime a possibilidade de representar as trajetórias táticas que, segundo critérios próprios, selecionam fragmentos tomados nos vastos conjuntos da produção para a partir deles compor histórias originais. Contabiliza-se *aquilo* que é usado, não as *maneiras* de utilizá-lo.”(1)

Analisando todas as etapas da relação usuário-família e Internet, desde da percepção da presença da tecnologia na sociedade até a inclusão dela nos lares, procuramos captar as individualidades de cada um no contato com a tecnologia e o papel dessa relação num contexto maior, primeiramente o da família e, conseqüentemente, no contexto social. As práticas familiares (aspectos políticos, econômicos e culturais) e o domínio da máquina (as habilidades na utilização prática da tecnologia) são questões que determinam o acesso, o controle e o uso.

Para melhor compreensão das questões apresentadas nessa pesquisa, é necessário que se dê uma visão geral das mudanças que vêm ocorrendo com a introdução das novas tecnologias de comunicação e informação na sociedade em que vivemos. A velocidade com que estas tecnologias estão se inserindo no nosso cotidiano no último século e a “revolução doméstica” por qual estamos passando na última década com a Internet nos faz refletir sobre quais são as implicações dessas mudanças para a sociedade.

O fenômeno da Internet é ainda muito recente e, no geral, as pesquisas e a literatura sobre o tema, apesar de serem muito variadas, são repetitivas, inconclusivas e especulativas. (2) Por essa razão, ainda não existe um corpo teórico consistente sobre a Internet. O referencial utilizado ainda é o das ciências sociais tradicional que não

compreende a magnitude e a dinâmica da Internet e suas conseqüências para o mundo social.

NOTAS

- (1) CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: Artes de fazer*. Tradução por Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes, 1994. p. 98
- (2) A literatura é ampla e podemos citar alguns autores como Pierre Levy, Nicholas Negroponte, Rob Kitchin, David Porter, dentre outros.

1. CIBERESPAÇO E GLOBALIZAÇÃO

Em sua novela *Neuromancer* de 1984, o escritor de ficção científica, William Gibson, introduziu a idéia do “cyberspace” para descrever um espaço não físico onde circula todo o tipo de informação através de uma rede de computadores e que é responsável por uma fundamental transformação na relação homem-máquina.⁽¹⁾ Desde dessa publicação, o termo ciberespaço tem sido utilizado freqüentemente quando o assunto é comunicação mediada pelo computador (CMC).

“*Neuromancer*”, segundo Gibson, “paints a dystopian picture of the near future where the urban fabric is in decay, technology and information is power and humans and machine merge to become one.”⁽²⁾

A imagem do ciberespaço de Gibson é completa de uma ansiedade sobre relações de gênero onde Matrix é simultaneamente mãe e amante, o útero da civilização pós-industrial e povoada por “cowboys” e “jockeys” (masculinos) do ciberespaço que circulam em busca de informações. Os “cowboys” e “jockeys” são atraídos pela Matrix e ao encontrarem-na, deixam seus corpos físicos para trás. Como explica Jon Stratton, a perda do corpo representa a busca da construção da identidade:

“The price of this fulfillment is the loss of the body. As we shall see, repressed in this image is the recognition of the pleasures and anxieties that are associated with (relatively) new bodiless virtual identity users.”
(3)

Segundo Stratton, há também uma outra questão inclusa na imagem do ciberespaço como uma mãe/amante. A matrix é também um lugar de reprodução do capitalismo. Em sua origem no século XIX, o ciberespaço surgiu como uma tentativa de acelerar o tempo de circulação das mercadorias:

“Cyberspace, I want to suggest, did not simply appear fully formed at a point in the second half of the 1980s. Rather, it has origins in nineteenth-century attempts to speed up a circulation time, and has taken on a new importance with the globalization of consumption-oriented capitalism and the ending of the possibility of the spatial fix.” (4)

Stratton defende que o acontecimento mais notável que marcou o começo da produção do ciberespaço não foi a introdução de computadores no nosso dia-a-dia, mas sim a invenção do telégrafo na primeira metade do século XIX, que representou a separação do

transporte da comunicação e o conseqüente aumento da velocidade da transmissão de uma mensagem enviada de um ponto do planeta e o seu recebimento em outro ponto. Nesse caso, a diminuição do tempo levado para uma mensagem cruzar o espaço geográfico faz com que esse espaço seja descontextualizado do fator físico e se transforme num hiperespaço não-geográfico, o chamado ciberespaço.

Outro efeito da invenção do telégrafo foi a sua utilização a serviço do comércio, pois permitiu que os mercados de diferentes localidades trocassem informações, formando uma espécie de supermercado homogêneo no ciberespaço. Essa capacidade de interligar sistemas, tornando-os globais se deve, principalmente ao desenvolvimento e crescimento da tecnologia de computadores associada ao automático e digitalizado sistema de telecomunicações.

Em relação à transmissão de informações, com o espaço geográfico sendo ultrapassado e transformado num lugar de produção, o ciberespaço, dentro do sistema de trocas do capitalismo, passou a se constituir também num produto das tecnologias de comunicação desenvolvida no contexto do capitalismo. Stratton afirma que a abertura do ciberespaço começa um “*new moviment of hyper-deterritorialization*”, idéia que pode ser também aplicada ao contexto da Internet, onde pessoas, imagens, objetos, dinheiro e idéias podem circular livremente dentro da rede num fluxo constante e rápido sem a prisão do espaço físico.

Depois da internacionalização econômica do pós-Segunda Guerra Mundial, esta nova forma de “*eletronic hyper-desterritorialization*” pode ser lida como um “*further spatial fix*” para a globalização do capitalismo. A nova economia cultural global, por sua complexidade, não pode ser resumida ao modelo centro-periferia de relações de poder econômico e ideológico. Enquanto que a relação centro-periferia expressa bem a ordem global desenvolvida no século XVII, propagadora do colonialismo; essa relação atualmente se opõe à conduta dos países desenvolvidos que se interessam pelo “desenvolvimento” dos Estados-Nações junto às periferias do resto do mundo por questões também econômicas:

“The reorganization of global capitalism, which is expressed through the change in metaphor, has altered the experience of the nation-state. The world which was organized along center-periphery lines was dominated by space, in particular a geographical space organized into nations-states and their colonial adjuncts.” (5)

Inicialmente, a instantaneidade da comunicação através do telégrafo e do telefone ajudaram a interconectar os estados-nações pois essas tecnologias eram usadas dentro de um contexto ideológico de homogeneização do estado-nação, usados nos sistemas administrativos e burocráticos das cidades, o que permitia a centralização do poder nas mãos das estruturas reguladoras do Estado como as forças militares e a polícia. No entanto, a partir de 1970, as novas tecnologias de telecomunicação, incluindo o satélite, fizeram o serviço das chamadas telefônicas internacionais mais baratas, mais fáceis e mais eficientes. Telégrafo e telefone criaram a possibilidade de uma extensiva comunicação interestadual.

Já com as novas tecnologias de comunicação e informação, notadamente a Internet, a essência da homogeneização interna dos estados-nações perdeu espaço. A disponibilidade de informações do hiperespaço sem fronteiras na Internet se assemelha ao dinheiro nas relações econômicas “tradicionais” e vem conectando milhares de pessoas de diferentes culturais e países que se encontram no ciberespaço para trocarem informações que são de seus interesses. O “velho” conceito de estado-nação é fragilizado por essa heterogeneidade de informações num ambiente virtual de relações. Enquanto a maioria dos estados-nações está preparada para tolerar a falta de controle sobre a interação indivíduo-indivíduo proporcionada pelas chamadas telefônicas internacionais, a Internet oferece um aumento qualitativo nas possibilidades de comunicação que instaura uma certa apreensão. Os estados-nações cujas cidades, no presente, tenham acesso à Internet, tenderão a se sentir menos ameaçadas pela tecnologia, enquanto contrariamente, aquelas que percebem que tal domínio ameaça sua própria integridade cultural irão mostrar uma reação mais hostil.

Stratton afirma que o surgimento da Internet nos Estados Unidos explica a predominância do idioma inglês na rede, além do tipo de informações disponível e os modos de interação culturalmente especificada que predomina no ciberespaço: muita retórica, por exemplo sobre liberdade, censura e direitos humanos são o centro da discussão desse tema. Stratton afirma que os Estados Unidos está encabeçando a construção de uma “global information infrastructure” (GII), um projeto cuja justificativa de missão humanitária, esconde o seu objetivo maior de favorecer economicamente e ideologicamente a nação americana, mas que se vê ameaçado pelo acesso à Internet por outros povos que não somente os americanos. Em seu discurso, em 1994, Al Gore, vice-presidente dos Estados Unidos da América, propôs os objetivos com a GII:

“Sandwiching health, education and the environment is, significantly, the dual emphasis on economic and political goals. Gore no doubt intends that the “freedom” of information access offered by the Internet will correlate with a movement within authoritarian nation-states towards democracy. The United States, in other words, is promoting and underwriting the GII for its own economic – and ideological – advantage, but as more non-Americans hegemony over the use of the Internet will become harder to sustain.” (6)

Stratton questiona: “if the Internet offers – especially for Americans – the realization of the myth of community, and if that myth is expressed in the nostalgic American mythic image of a small town, then who are the mythic inhabitants of that small town?”

Através do ciberespaço, ocorre uma inversão sobre a questão da identidade. Se na vida real o corpo determina a identidade e as formas de sociabilidade daí emergentes, no ciberespaço a identidade é ambígua, não existindo certezas (sexo, classe, raça) para a determinação das formas de interação. Sem um corpo físico, não há identidade fechada, mas identificações efêmeras e sucessivas. A definição dos grupos no ciberespaço se constitui a partir de uma afinidade, longe da lógica da apropriação de uma (única) identidade:

“One consequence of the disembodiment of Internet inhabitants is the potential construction of virtual identities: names, profiles, and voices that might suggest a different gender, class background, or personal history than those they occupy in “real” life.” (7)

Os americanos até agora não reclamaram do tratamento dado à cultura americana pela Internet. A simples percepção escondida no projeto GII é que a ideologia americana encontrada nos valores iluminados europeus formarão as bases homogeneizadoras da comunidade da Internet. Esses valores, como os de direitos humanos, individualismo e democracia vão de mãos dadas a outros interesses propagar o capitalismo. A determinação por transformar a Internet numa via de informação irá opôr-se aos “problemas” da minoria que acessa, retornando a relação mass media moderna, transformando o acesso corrente do público dentro de uma limitada chance interativa, diminuindo a reconstituição do estado-nação. No final, no entanto, continuará sendo visto quer a continuidade da dominação capitalista do hiperespaço, ou quer mais espaço pode ser produzido no qual outras linguagens, outras culturas, e interesses não-econômicos podem todos ter um espaço.

1.1 - O Fenômeno do Ciberespaço

As Novas Tecnologias têm incentivado muito a imaginação dos cientistas e do público leigo em geral e apesar de existir nos últimos anos uma preocupação acadêmica cada vez mais significativa sobre a implementação cada vez mais rápida das novas tecnologias de comunicação e informação, os discursos teóricos continuam a ser divididos em duas linhas principais: aqueles que percebem o ciberespaço como apenas reproduzidor do “midiático” e responsável pelo aumento da exclusão social, cultural, política e econômica; e aqueles que o consideram a “salvação” da sociedade contemporânea dos males do mundo. Kitchin afirma que analistas do ciberespaço referem-se a três “revoluções” para explicar por que o desenvolvimento do ciberespaço está sendo tão significativo. Primeiramente, o ciberespaço está ameaçando nossas tradicionais idéias referentes à comunicação de massa e à forma de comunicação. Em segundo lugar, o ciberespaço está ajudando a transformar radicalmente as relações espaço-tempo e criando novos espaços de sociabilidade. E em terceiro lugar, o ciberespaço está conduzindo a um re-pensamento dos conceitos como realidade e natureza. (8) Embora freqüentemente discutidos separadamente, estas três “revoluções” estão profundamente relacionadas.

A polarização presente no debate sobre a influência das novas tecnologias na sociedade permeia a questão da técnica desde os tempos imemoriais. Já no século XIX já se imputava às máquinas à vapor a responsabilidade de escravizar os operários das indústrias têxteis, mesmo diante do considerável crescimento econômico que a técnica trazia para o emergente setor industrial da época. (9) No século XX, os discursos inflamados contra e a favor do uso das novas tecnologias também estão presentes.

A Internet não é somente um espaço de trabalho, mas consiste em vários espaços separados mas conectados, todos ligados através de protocolos comuns de comunicação (formas de trocar informações). Há na Internet um universo de informações disponível, organizado e relativamente livre de censura.

Para se acessar à Internet é necessário um computador, um modem, uma linha telefônica e uma conta em um provedor mas, como se pode imaginar, ainda é pequeno o número de pessoas no mundo que tenha condição financeira suficiente para o acesso à rede. No Brasil, por exemplo, um computador novo com modem no mercado custa em

média R\$1.500,00, somado ao preço dos pulsos telefônicos e uma conta em provedor de acesso, por volta de R\$30,00, totaliza quase R\$ 2.000,00. Portanto, é uma minoria privilegiada da sociedade brasileira que pode ter acesso à Internet de casa. Mesmo aqueles usuários que possuem acesso no trabalho ou no colégio ou faculdade pertencem em sua maioria a uma classe com uma maior poder aquisitivo e melhor instrução. Em média 70% dos internautas brasileiros é economicamente ativa e mais da metade do número total de entrevistados tem renda familiar acima de 20 salários mínimos. O perfil do usuário brasileiro é de jovens entre 20 a 29 anos. (10)

Assim, o primeiro fator que divide as opiniões dos cientistas pessimistas e os otimistas já tem início no acesso à Internet. Para quem tem acesso, a Internet oferece um vasto conteúdo de informações, onde se pode fazer pesquisas, comunicar-se através dos e-mails, listas de discussão ou chats. Segundo dados da mesma pesquisa citada anteriormente, a navegação é atividade com maior importância no ciberespaço, com um percentual de 40% entre os entrevistados, o uso de e-mail, representa 34%, seguido pelo chat ou bate-papo com 8%.

Em relação à cultura e à sociedade, A Internet está proporcionando um novo laboratório para investigar e desafiar as estruturas do pensamento modernista e está comandando análises para repensar reconhecidas noções de corpo, identidade, comunidade e natureza. Muitos analistas têm examinado o potencial dos efeitos do ciberespaço sobre as noções de comunidade, já que as comunidades virtuais estão sendo formadas, centradas mais em interesse comuns e afinidades do que na coincidência de localização de seus membros.

Considerando que a interação social, interesses comuns e localização são importantes nas noções tradicionais de comunidade, no ciberespaço é sugerido que a intimidade pessoal, a confiança moral e a coesão social sujam para pôr à prova esse antigos conceitos de comunidade. O uso crescente uso do termo “comunidade virtual” não determina que seu significado seja corretamente conhecido. Shawn P. Wilbur tenta construir uma definição do termo baseado na etimologia da palavra comunidade:

“Community seems to refer primarily to relations of commonality between persons and objects, and only rather imprecisely to the site of such community. What is important is a holding-in-common of qualities,

properties, identities or ideas. The roots of community are sunk deep into rather abstract terrain." (11)

As Novas Tecnologias de Comunicação e Informação provocam uma recombinação dos elementos de uma comunidade dentro do ciberespaço, ao passo que dividir e trocar informações, comunicar-se com pessoas de diferentes partes do mundo em tempo real ou através de e-mail, participar de grupos de discussão sobre assuntos de interesse, transferir arquivos da rede para o computador próprio, disponibilizar na rede informações, encontrar e fazer amigos on-line acabam se tornando atividades comuns no cotidiano de alguns usuários, preenchendo um tempo considerável no seu dia-a-dia.

Para alguns comentaristas, o ciberespaço oferece a oportunidade de se recuperar a esfera pública e recriar a essência da natureza da comunidade on-line. Paradoxalmente, o ciberespaço está também ajudando a formar grupos off-line community groups como os ciberpunks e os cyberians.

Em relação aos políticos e à política, o desenvolvimento do ciberespaço cria uma série de questionamentos em relação à democracia, propriedade, regulamento e governo. Além de um novo meio de comunicação, o ciberespaço também proporciona um novo espaço para o diálogo e a democracia. Outros sugerem que o ciberespaço ameaça a ordem política física conferindo fronteiras sem significado algum e prevendo uma quebra nas tradições políticas e uma nova era de regra anárquica. Além disso, com o ciberespaço cresce o número de questões jurídicas relacionadas à propriedade, regulamento e controle, que ainda estão em fase de estudo pelas autoridades competentes. No presente, há alguns precedentes legais referentes ao ciberespaço.

Outra questão controversa em relação ao ciberespaço é se a rede representa um espaço público a serviço da comunidade ou um espaço de conglomerados.

Em relação ao desenvolvimento econômicos e regionais, o ciberespaço é visto como a tecnologia por excelência. As tecnologias do ciberespaço estão revolucionando como alguns de seus usuários conduzem seus negócios e, possivelmente, estão alterando padrões de trabalho. O ciberespaço é atualmente um mercado promissor e um número de negócios que envolvem a rede mundial de computadores vem crescendo a cada dia.

O ciberespaço está progressivamente causando mudanças nas vidas sociais, políticas e econômicas de seus usuários. Ele tem uma estrutura fundamentalmente diferente da

estrutura física que comumente organiza a nossa vida do dia-a-dia, operando em novas formas que terão sérias repercussões referentes aos nossos estilos de vida e ao meio em que vivemos.

1.2 Como tudo começou

Para compreender o crescimento do ciberespaço é necessário apreciar a sua história dentro da chamada “revolução da informação”. O advento do ciberespaço não teve êxito independentemente e está ligado à história da computação e às tecnologias de telecomunicações. Hoje, como o mundo ligado através da rede mundial de computadores, a Internet, e previsões para o futuro, algumas muito otimistas, faz-se necessário saber como tudo começou.

Tanto a Internet quanto as tecnologias de realidade virtual têm seu início traçado no surgimento dos primeiros computadores, na verdade, calculadoras programáveis capazes de armazenar programas. Segundo relatos históricos sobre o surgimento das primeiras máquinas, o equipamento utilizado para o seu funcionamento foi primeiramente baseado em um sistema de válvulas eletrônicas (1942 a 1959), depois através do uso de transistores (1959 a 1965) e logo após seguido pela utilização de circuitos integrados, no ano de 1964.

O surgimento dos primeiros computadores tem origem na Inglaterra e nos Estados Unidos em 1945 e foram por muito tempo reservadas ao uso militar para efetuar cálculos científicos e tentar descobrir e romper os códigos nazistas que controlavam a trajetória dos mísseis na Segunda Guerra Mundial. Depois de 1960, os pesquisadores estavam começando a se tornar mais convencidos de que os computadores tinham potencial para realizar um número mais extenso de aplicações. Nesse período, as máquinas, embora reduzidas de tamanho, eram ainda grandes e quase estritamente utilizadas como máquinas científicas para pesquisas ou como instrumento para controlar as estatísticas dos Estados e emitir folhas de pagamento. No entanto, avanços técnicos começaram a ser alcançados com o desenvolvimento cada vez maior de pesquisas na área de computação impulsionadas pela ideologia propulsora dos EUA do final dos anos 60 e início dos 70. Surgiu um verdadeiro movimento social nascido na Califórnia, mais precisamente no Vale do Silício, no ápice da “contracultura”, que incentivou milhares de jovens a se tornarem gênios da informática. O

mago da computação e dono da maior empresa de fabricação de *software*, a Microsoft, Bill Gates explica a febre que foi esse período de experimentações e descobertas:

“Parece que fomos uma geração inteira, no mundo todo, a arrastar conosco para a maturidade nosso brinquedo predileto. Ao fazê-lo, provocamos uma espécie de revolução – essencialmente pacífica –, e agora o computador mora em nossos escritórios e lares. Os computadores encolheram de tamanho, aumentaram sua potência e baratearam drasticamente. E tudo aconteceu razoavelmente depressa.”(12)

O grande impulsionador das descobertas foi o desenvolvimento e a comercialização do microprocessador, unidade de cálculo aritmético e lógico localizada em um pequeno chip eletrônico. A sua criação foi o primeiro passo para a difusão do computador em larga escala e a implantação do seu uso no dia-a-dia das pessoas comuns. O primeiro microprocessador foi o Intel 4004 de 4 bits criado em 1971 ainda com funções muito limitadas, mas que foi acompanhado por outras inovações que resultaram no microcomputador que conhecemos atualmente. Visionários da informática, Bill Gates e Paul Allen desenvolveram a linguagem de programação *Basic* que deu uma reviravolta no mundo da computação e foi um dos pilares da revolução que temos tido até hoje.

O curso dos computadores mudou quando os soviéticos lançaram o satélite Sputnik 1, rapidamente seguido pelo Sputnik 2 e ocorreu o desembarque na Lua da espaçonave Luna 2, em 1958, no conflito mundial conhecido como Guerra Fria. Para acompanhar os passos e ultrapassar o desenvolvimento soviético, o Departamento de Defesa dos Estados Unidos criou a Agência de Projetos Avançados de Pesquisa (Advanced Research Projects Agency – ARPA). A delegação da ARPA tinha o objetivo maior de efetuar rápidos avanços na área de desenvolvimento tecnológico. Ao invés de ir de encontro aos soviéticos, a ARPA sagazmente procurou alguns cientistas visionários que pudessem prever claramente formas para avançar no desenvolvimento tecnológico, mesmo que fosse necessário que eles desviassem das propostas convencionais.

Em 1961, J.C.R. Licklider foi designado diretor do escritório de comando e controle de pesquisa da ARPA, que rapidamente se expandiu e tornou-se o Information Processing Techniques Office (IPTO), criado para procurar novas formas de uso do computador militarmente e para a comunidade científica. A Stanford Research Institute's (SRI) e Augmentation Research Center (ARC) passaram uma década defendendo inovações na área de computação, procurando formas de fazer o computador mais interativo e tornar o seu uso

mais fácil para pessoas sem conhecimento na área. Para alcançar mais rapidamente o seu objetivo, a ARPA também patrocinava um grande número de projetos de pesquisas na área de computação em outras localidades. Projetos como o Fano e o Minsky desenvolvidos pelo MIT (Massachusetts Institute of Technology) procuravam desenvolver um computador central compartilhável que permitiria que muitas pessoas interagissem simultaneamente com o computador via terminais, melhor do que esperar uma linha dos operadores de computador para submeter seus programas. No laboratório Lincoln da Universidade de Utah, Sutherland, outras pesquisas procuravam interagir gráficos e uma interface de computador adequada ao homem, explorando primeiro o desenvolvimento da realidade virtual. O objetivo desses grupos era a computação de múltiplo acesso onde o tempo compartilhado, o grupo de comunicação e os gráficos interativos convergiriam.

Por volta de 1960, os projetos do IPTO avançaram ao estágio onde múltiplos usuários podiam interagir com uma máquina central. No entanto, os diversos projetos desenvolvidos pelo IPTO estavam descentralizados, pois localizavam-se em diferentes regiões do Estados Unidos e ainda faltava um meio de fazer com que os cientistas entrassem em contato uns com os outros para poderem dividir os resultados de suas pesquisas.

1.3 A rede mundial de computadores - a Internet

O avanço das calculadoras até tornarem-se os computadores de hoje e a origem da Internet pode ser diretamente ligada às iniciativas das pesquisas desenvolvidas pelo ARPA. O trabalho criado pelo Departamento de Defesa para realizar o objetivo de conectar computadores foi chamado ARPANET.

Em 1960, o grupo de pesquisa *Rand Corporation* inicia uma série de pesquisas com o objetivo de desenvolver um equipamento comandado e controlado pelo exército americano, capaz de proteger as comunicações de um eventual ataque nuclear. No entanto, essa finalidade não era um dos objetivos do grupo ARPANET, que queria aumentar o meio para as pesquisas encorajando a colaboração e a troca de idéias e códigos. A idéia do grupo era desenhar um sistema de computadores que pudesse continuar a operar, permitindo a transferência de informação e códigos, mesmo que alguma parte do caminho fosse perdido. Os pesquisadores do grupo propuseram que a informação, os códigos e as mensagens

transmitidas enviadas deveriam ser quebradas em unidades de igual tamanho. Essas unidades seriam então enviadas ao longo de caminhos que estivessem funcionando, com a identidade de seu receptor pretendido, seu destino e para onde deveriam retornar as respostas. Se, por exemplo, uma seção do caminho fosse destruída, as unidades encontrariam uma rota alternativa para alcançar o seu destino, pois os caminhos eram redundantes. Isso significava que as unidades individuais não tinham que tomar a mesma rota, pois o que importava era que todas as unidades chegassem ao seu destino e, assim, fossem reagrupadas, refazendo a mensagem original..

O primeiro ARPANET foi instalado em setembro de 1969 conectando quatro campos universitários, o Instituto de Pesquisa de Standford, a Universidade da Califórnia em La, a Universidade da Califórnia em Santa Bárbara e a Universidade de Utah. O grupo de consultoria norte-americano Bolt Beranek e Newman desenvolveu uma eficiente aplicação para o ARPANET, através de uma espécie de microcomputador que atuava como tradutor, denominado *Interface Message Processor*.

Outras universidades foram sendo conectadas umas às outras através do ARPANET e em 1971 já eram em número de 23. Um dos avanços-chaves do desenvolvimento do ARPANET foi a criação do e-mail em 1972, o primeiro programa que permitia que mensagens fossem enviadas e recebidas através de uma rede de computadores. Desta forma, tem início a chamada comunicação mediada pelo computador (CMC).

Em 1973, os pesquisadores do ARPA estavam desenvolvendo uma forma de transmitir mensagens via satélite que ligassem instituições militares em torno do globo (SATNET). Deste modo, o ARPANET estava começando a se tornar internacional. Em 1974, o serviço também tornou-se comercial com a BBN operando a Telenet, o primeiro serviço público de transmissão de mensagens através da rede. No mesmo ano, a rede já tinha mais de 50 servidores interligados e exigia um aperfeiçoamento no protocolo de comunicação que uniformizasse a linguagem utilizada nas transmissões de pacotes de informação e assim, permitisse o aumento e a otimização desse processo. É criado o TCP/IP (*Transmission Protocol/Internet Protocol*) que começou a ser utilizado juntamente com o protocolo criado pela BBN até substituí-lo em 1983. Em 1975, a operação do ARPANET foi transferida para a Agência de Defesa da Comunicação (Defense Communication Agency).

As inovações na área de transmissão de informações através de uma rede de computadores não eram alcançadas somente pelos Estados Unidos, a Inglaterra vinha desenvolvendo pesquisas desde de 1960 e por volta de 1970, muitos outros países também estavam na corrida por novas descobertas na CMC.

Em 1977, Ward Christensen e Randy Suess inventaram um programa MODEM para transferir arquivos entre microcomputadores através de um sistema de telefones e que permitiu que duas máquinas, usando um sistema operacional Unix, comunicassem-se através de um software UUCP (Unix-to-Unix-CoPy). Na mesma época surge a primeira rede mundial baseada no uso de linhas telefônicas, a Uunet e logo seguida pela Usenet. A Usenet foi primeiramente concebida por Steven Bellovin da Universidade da Carolina do Norte em 1979, em resposta a uma necessidade administrativa, um novo sistema rudimentar para disseminar informação sobre UNIX

A rede vai se popularizando no início dos anos 80 e o Departamento de Defesa estava em processo de expandir a ARPANET que em 1983 foi dividida em duas: a Milnet e a nova Arpanet que finalmente é deslicenceada em 1990. A Milnet foi criada estritamente para servir a fins militares e Arpanet vem a se transformar na Internet.

Desde de 1990, um número considerável de inovações vinha ocorrendo para tornar a Internet mais popular. Primeiramente e provavelmente a mais importante foi a rápida expansão da computação pessoal. Com o aumento do número de computadores pessoais (PC's), o número de usuários da Internet também vinha sofrendo um considerável aumento. E em segundo lugar, a Internet estava se tornando mais fácil de ser utilizada por pessoas comuns, sem muito conhecimento na área de informática. O grande facilitador foi a criação do sistema World Wide Web (WWW) por Tim-Berners-Lee em 1992, que permitia gerenciar textos, imagens e sons e organizá-los no universo da rede. Os documentos criados eram também documentos de hipertextos que permitiam aos usuários ter acesso a qualquer informação através de um simples clicar do mouse em um ícone específico na tela, ininformatizando a linguagem de diferentes tipos de computadores. Em março de 1995, o WWW tornou-se o serviço com o maior tráfego de informações na Internet, ultrapassando o ftp (protocolos de transferência de arquivos).

Como resultado de todo esse crescimento é cada dia maior o número de pessoas que acessam à rede, mas sendo ainda uma minoria privilegiada, pertencente às classes mais altas da sociedade e com maior nível de escolaridade.

No entanto, a Internet é um mercado promissor que atrai a concorrência entre empresas que trabalham na área de informática. As principais concorrentes que produzem os principais browsers de acesso do mercado, Internet Explorer e o Netscape enfrentam uma verdadeira guerra para dominar o mercado milionário que representa o mercado da Internet.

NOTAS

- (1) GIBSON, William. *Neuromancer*, 1984, p. 67 apud KITCHIN, Rob. *Cyberspace – The world in the wires*. John Wiley & Sons, 1999 – p. 2
- (2) Idem
- (3) STRATTON, Jon. *Cyberspace and the Globalization of Culture*. In PORTER, David. *Internet Culture*. Londres, Routledge, 1997 – p.254
- (4) Idem. Segundo David Harvey, no livro *The limits to Capital* (Oxford: Brasil Blackwell, 1982), “the spatial fix is the expansion of the capitalist economic order to new geographical spaces in order to find raw materials, new, cheap sources of labour and new markets.”
- (5) Idem, p 258
- (6) Idem, p. 260
- (7) Idem, p. 264
- (8) KITCHIN, Rob. *Cyberspace – The world in the wires*. John Wiley & Sons, 1999 – p. 11
- (9) LEVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu Costa. São Paulo, Ed. 34, 1999 – p.23
- (10) 3ª Pesquisa Cadê?/IBOPE, agosto de 1998.
- (11) WILBUR, Shawn P. *An Archaeology of cyberspaces – virtuality, community, identity*. In PORTER, David. *Internet Culture*. Londres, Routledge, 1997 – p. 8
- (12) GATES, Bill. *A Estrada do futuro*. Tradução por Beth Vieira, Companhia das Letras, São Paulo, 1995 – p. 13

2. “SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO” OU INFORMATIZAÇÃO DA SOCIEDADE?

A influência das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação no nosso cotidiano vem causando grandes transformações políticas, econômicas e sociais em nossa sociedade. O aumento do número de usuários dessas tecnologias não é somente a única razão para isso, pois mesmo para quem não tem acesso às chamadas “Tecnologias de Comunicação e Informação” (TCIs), elas já fazem parte do dia-a-dia das pessoas, interferindo em muitas atividades cotidianas como ir ao banco ou fazer compras.

Com a imensa disponibilidade de informação e tecnologias, surgem diversas indagações sobre os benefícios e os malefícios que essa oferta estaria trazendo para a nossa sociedade. Muitas pesquisas que abordam essa influência têm opiniões contrárias quanto ao fato se estamos realmente vivendo em uma chamada “sociedade da informação”, o que exige uma discussão mais rica em argumentos. É inquestionável que atualmente, com o uso das novas tecnologias, produzimos cada vez mais informação em maior velocidade, o que poderia legitimar o uso do termo “sociedade da informação”, caso apenas esse critério fosse levado em consideração. Neil Postman, em seu livro “Tecnopólio” descreve esse fluxo constante de informações e o caos que ele afirma ter sido criado com o fenômeno das TCIs:

“Mas o gênio que saiu da garrafa proclamando que a informação era o novo deus da cultura era um impostor. Ele resolveu o problema de escassez de informação, cujas desvantagens eram óbvias. Mas não avisou sobre os perigos do excesso de informação, cujas desvantagens não podiam ser vistas com clareza.” (1)

Postman afirma que o resultado a longo prazo do que ele chama de “caos da informação” produziu uma cultura em que a tecnologia dita as regras, o Tecnopólio, e que, com seu poder sem limites, interfere na evolução da sociedade. Os que participam dessa mesma opinião são conhecidos por pesquisadores que se opõem a essas idéias por deterministas tecnológicos. Para os deterministas, a tecnologia muda conceitos e valores, substituindo formas tradicionais de pensamento por novas concepções baseadas no desenvolvimento tecnológico da sociedade:

“(…) as novas tecnologias mudam aquilo que entendemos como ‘conhecimento’ e ‘verdade’; elas alteram hábitos de pensamento

profundamente enraizados, que dão a uma cultura seu senso de como é o mundo – um senso do que é a ordem natural das coisas, do que é sensato, do que é necessário, do que é inevitável, do que é real.” (2)

Postman alerta para o perigo da influências das TCIs e redefinição de conceitos como religião, família, arte, história, verdade, privacidade, inteligência e outros termos que julgávamos conhecer os significados, mas que na era do Tecnopólio recebem outras atribuições de acordo com a tecnologia e as informações disponíveis, sem que tenhamos tempo suficiente para pensar nas implicações dessas mudanças em nossas vidas. “O mundo”, diz Postman, “nunca se confrontou antes com excesso de informação e dificilmente teve tempo para refletir sobre suas conseqüências.” (3)

No entanto, muitos estudiosos, não aceitam a corrente determinista, e se opõem a ela com a justificativa de que esse fluxo corrente de informação em nossa sociedade é responsável por sua crescente informatização. O avanço tecnológico para eles é uma realidade e seus efeitos são claramente visíveis na sociedade desde o último século e principalmente nos últimos 20 anos de nossa história, mas esses pesquisadores questionam severamente que esses avanços sejam responsáveis por todo o desenvolvimento e determinantes da nossa sociedade atual, como a “sociedade da informação”.

O ponto divergente entre os que defendem que vivemos em uma sociedade informatizada e os que afirmam que vivemos em uma “sociedade da informação” é que os primeiros não negam que recebemos influências das TCIs, mas admitem que também somos capazes de influenciar a essas tecnologias de acordo com as nossas vontades e nossos referenciais. O processo de influenciação é visivelmente de mão dupla, já que vários fatores nos levam a ter ou não uma determinada tecnologia e, principalmente, o uso diferenciado que todos nós fazemos dela.

No texto “Sociedade da Informação: o Futuro (im)Perfeito?” (4), Silas de Paula e Olga Guedes entendem a “sociedade da informação” com o sentido de “informatização da sociedade”. Isto é:

“reconhecendo a força do passado pesando consideravelmente no desenvolvimento do presente. Ou seja, como uma conseqüência da modernidade, caracterizada pela informatização das relações sociais existentes, onde o *status quo* ainda não foi completamente alterado.” (5)

Os autores do ensaio apresentam cinco definições de “sociedade da informação” que enfatizam um ou mais fatores para explicar o cenário em que supostamente vivemos:

tecnológico, econômico, ocupacional, espacial e cultural e vão desconstruindo a narrativa que tenta justificar o conceito “sociedade da informação” baseados nesses fatores.

A definição mais comum de “sociedade da informação” vinculada à idéia de inovações tecnológicas e objeto do nosso estudo tem como justificativa principal que o avanço no processamento, armazenamento e transmissão de informação é uma consequência direta do uso das novas tecnologias de informação e comunicação. O que não está claro nesta teoria é qual o ponto exato que marca a passagem da sociedade industrial avançada para a “sociedade da informação”, qual foi o limite que foi ultrapassado para se considerar isso. Outra idéia a ser criticada nessa teoria é a afirmação de que as Novas Tecnologias de Comunicação e Informação são primeiro inventadas e depois causam um impacto na sociedade. Além de uma visão determinista, essa teoria considera as TCIs um fator social isolado dos demais, como a cultura, a economia e a política. Então, como se pode afirmar que um fenômeno que não é social cause algum impacto e chegue a definir o mundo social? Pierre Levy comenta essa controvérsia presente nessa primeira definição de “sociedade da informação”:

“Seria a tecnologia um ator autônomo, separado da sociedade e da cultura, que seriam apenas entidades passivas percutidas por um agente exterior? Defendo, ao contrário, que a técnica é um ângulo de análise dos sistemas sócio-técnicos globais, um ponto de vista que enfatiza a parte material e artificial dos fenômenos humanos, e não uma entidade real, que existiria independentemente do resto, que teria efeitos distintos e agiria por vontade própria.” (6)

A definição de “sociedade da informação” que tem como idéia central sua relação com fatores econômicos. Os autores que defendem esse conceito fazem referência constante ao aumento da quantidade de informação e o crescimento econômico da sociedade. No entanto, um primeiro problema com essa definição são os critérios de seleção para a escolha dos tipos de informações que são importantes para o desenvolvimento econômico de uma sociedade. Outra questão é saber como preservar as diferenças das atividades econômicas sem correr o risco da homogeneização. E por último, nessa definição, a quantidade de informação disponibilizada acaba tendo maior representatividade para o setor econômico do que as mudanças de idéias e conceitos antigos que são causados por tipos de informações definidos. Pierre Levy, “O que é Virtual?”, exemplifica essa questão:

“O ciberespaço abre de fato um mercado novo, só que se trata menos de uma onda de consumo por vir do que da emergência de um espaço de transação qualitativamente diferente, no qual os papéis respectivos dos consumidores, dos produtores e dos intermediários se transformam profundamente.” (7)

A quantidade e o aperfeiçoamento das TCIs não são capazes de determinar isoladamente a evolução da sociedade e definir o conceito de “sociedade da informação”. As técnicas são criadas dentro de uma cultura e uma sociedade é condicionada por suas técnicas, mas não determinada, pois há inúmeras relações entre todas as esferas sociais que não podem ser reduzidas simplesmente à presença ou não de uma tecnologia. Seria uma atitude reducionista e fragmentada que impossibilitaria a análise do contexto social como um todo. O significado do termo condicionante para as técnicas é explicado por Levy:

“Dizer que a técnica condiciona significa dizer que abre algumas possibilidades, que algumas opções culturais ou sociais não podem se pensadas sério sem sua presença. Mas muitas possibilidades são abertas, e nem todas são aproveitadas. As mesmas técnicas podem integrar-se a conjuntos culturais bastante diferentes.” (8)

Outro argumento que enfraquece a tentativa de aplicar o termo “sociedade da informação” consiste na afirmação que o acesso às Novas Tecnologias de Comunicação e Informação, apesar de vir crescendo rapidamente, ainda é restrito a uma pequena parcela da sociedade. O número de pessoas que têm acesso à informação ainda é muito pequeno se comparado ao que o termo “sociedade da informação” realmente quer dizer. No ensaio “Mito e Realidade na Virtualidade do Ciberespaço”, os autores Silas de Paula e Olga Guedes apresentam alguns números que legitimam a afirmação:

“A ampliação do domínio da televisão como meio de comunicação tem sido dramático e veloz na maioria das regiões. Europa e América do Norte possuem dois terços do total de aparelhos de rádio e televisão do mundo, embora estas regiões respondam por somente 14.9% (Europa) e 5.2% (América do Norte) da população mundial. Por outro lado, a África com 12.1% da população do planeta possui somente 3.7% de aparelhos de televisão e 1.3% de rádios. Existe oito vezes mais títulos de livros produzidos *per capita* nos países desenvolvidos se comparado com a produção dos países em desenvolvimento. O mesmo desequilíbrio pode ser visto na produção de jornais. (...) Na área de telecomunicações o abismo se repete. Nos países Africanos e da América do Sul, a telefonia básica continua um sonho para os mais pobres. Na África do Sul existem sessenta telefones para cada cem habitantes brancos, mas somente um para cada cem habitantes negros (a estatística geral é de 1.6 telefones por cem habitantes para todo o continente). Em 1994, Europa e América do

Norte detinham 69% dos recursos de telecomunicações enquanto a América do Sul detinha somente 2%” (9)

Os números reais não acompanham as previsões entusiásticas de muitos autores que vêem no uso das TCIs um potencial revolucionário e democrático das relações de poder. Quando o referencial é o acesso à Internet, a situação fica ainda pior como afirma Levy:

“O acesso ao ciberespaço exige infra-estruturas de comunicação e de cálculo (computadores) de custo alto para as regiões em desenvolvimento. Além disso, a apropriação das competências necessárias para a montagem e manutenção de centros servidores representa um investimento considerável” (10)

Se a realidade parece estar longe do discurso que enfatiza o potencial igualitário da Internet, fica cada vez mais comprovado o uso inadequado do termo “sociedade da informação” para representar o contexto global que hoje nós vivenciamos. Mas essa é ainda uma das questões mais discutidas sobre a Internet e que divide opiniões de leigos e estudiosos, pois com a inconsistência e a falta de maturidade dos estudos já realizados sobre o tema ainda não é possível se afirmar se a Internet é uma ferramenta de mercado que agrava a desigualdade social já existente ou é um instrumento para uso da comunidade.

Estamos conscientes que a cada dia há uma maior circulação de informações no cotidiano de nossas vidas através das várias mídias que temos acesso, mas é explícito também que a qualidade das informações que se tem e a democratização dessas informações é de suma importância para se afirmar que estamos vivendo em uma verdadeira “sociedade da informação”. É certo que medir a quantidade de informação circulante em termos gerais tem sua finalidade, mas não o suficiente para se afirmar que, devido a expansão da informação, a sociedade tenha mudado profundamente. Por ser ainda muito recente, o tema movimenta os debates entre pesquisadores na área de Novas Tecnologias de Comunicação e Informação e ainda é causador de muitas opiniões contraditórias.

2.1 Do “Capitalismo de Produção” ao “Capitalismo de Consumo”

O nascimento do capitalismo, teve origem, segundo Weber, em “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”, (11) no noroeste da Europa e do nordeste dos Estados Unidos nos séculos XVII e XVIII, devido aos valores religiosos que regiam a prática dos primeiros

empresários capitalistas europeus. Religiosos protestantes (calvinistas, pietistas, metodistas e batistas), eles mantinham uma relação com o trabalho e, principalmente com o produto do trabalho, de dedicação e prosperidade, sinônimos de louvação à Deus. Maria de Fátima Vieira Severiano, em “As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo”, resume como era o *ethos* protestante daquela época:

“(…) baseado na predestinação, professava que os desígnios de Deus eram irrevogáveis por ação externa e era somente através de uma vida voltada para o seu espírito que o indivíduo conseguiria detectar os sinais de sua eleição.”(12)

O trabalho árduo e sistemático, junto com uma conduta ascética, domínio de si e recusa do luxo e gozo dos bens eram ações que demonstravam a sua fé em Deus. Modelo este que corresponde ao perfil do *homo economicus* burguês do século XIX, pressuposto na teoria econômica neoclássica: “um indivíduo racional, soberano em suas decisões de compra, que supunha realizar seus intercâmbios num ‘mercado livre’ e de concorrência ‘perfeita’, com hábitos e estilos de vida muito estruturados, individualizados, voltados para a poupança e para o consumo instrumental.” (13) É a representação do trabalho pelo trabalho e não como meio de uma melhora no estilo de vida ou de busca de bem-estar.

Essa visão dos primeiros empresários protestantes resultou na elevação da produtividade do trabalho, associada ao consumo produtivo do excedente em forma de mais trabalho e como forma de investimento. Essa dinâmica acabou resultando num acúmulo crescente de capital. Tal conduta foi disseminada na população laica e, segundo Weber, foi “um dos elementos fundamentais do *espírito* do capitalismo moderno, responsável pela consolidação do (então), novo sistema em desenvolvimento.” (14)

Assim como a busca racional de lucro dos primeiros produtores capitalistas surgiu dentro de um contexto específico, a conseqüente busca do consumo também sofreu influência de um período histórico específico e favorável ao seu surgimento. A complexidade das relações econômicas nas sociedades capitalistas acabou por inverter a máxima da ética protestante, responsável pelo impulsionamento do sistema capitalista. O consumo de bens para os protestantes era o meio para manter a sobrevivência, portanto o que era consumido era apenas o suficiente para uma vida modesta diante de Deus, mais do que isso era considerado pecado e coisa do diabo. Já para a nossa chamada “sociedade de consumo”, consumir têm várias representações simbólicas que vão muito além da simples

necessidade de sobrevivência e que já foi visto anteriormente nesse capítulo. Essa mudança foi a grande impulsionadora do desenvolvimento do capitalismo, tal qual conhecemos hoje.

Em sua tese, Severiano aponta alguns elementos do processo social objetivo e suas bases materiais, principalmente as “grandes crises” do sistema capitalista que repercutiram ao nível das relações de produção e fizeram parte do contexto de mudança do “capitalismo de produção” para o “capitalismo de consumo”.

O capitalismo nascente do século XIX, fruto da Revolução Industrial, tinha como base quase que exclusivamente o setor de produção, pois reproduzia o desejo dos empresários de expandir a produção que contava agora com um aparato industrial cada vez mais crescente. A cada dia novas invenções eram criadas para suprir os consumidores dos gêneros de primeira necessidade para as suas vidas cotidianas. O consumo destes produtos era orientado pelas necessidades básicas do dia-a-dia dos consumidores. No entanto, como era lógico se imaginar, em pouco tempo o mercado já estava saturado desses bens, com os preços em crescente queda e as vendas diminuindo. A crise se concretizou com o crack da bolsa de Nova York, em 1929, que se materializou como a primeira grande crise do capitalismo.

A própria dinâmica de mercado do capitalismo acabou por abalar suas bases de desenvolvimento, porque se tinha um mercado supersaturado de mercadorias, mas não se tinha um número equivalente de consumidores, já que a necessidade de expandir a indústria exigia um número cada vez maior de operários que trabalhavam mais de dez horas por dia, ganhando salários muito baixos. Se havia uma produção maciça de mercadorias e era necessário escoar a produção, era necessário que se criasse um mercado consumidor também maciço para absorvê-la, ou então o sistema entraria em colapso.

Dessa necessidade, surge uma nova estrutura de consumo “massivo” que, historicamente, corresponde a uma nova etapa do sistema capitalista. O novo modelo econômico adotado objetivava criar um mercado consumidor consolidado e mais amplo (com a presença inclusive das classes trabalhadoras, anteriormente excluídas da prática do consumo) e, com a aplicação de novas tecnologias, expandir a produção de bens de consumo mais duráveis. Surge a chamada “sociedade de consumo de massa”, cuja expansão cronográfica mundial, Arribas e Lipovetsky, descrevem:

“Esta chamada “sociedade de consumo de massa” desponta inicialmente nas décadas de 20 e 30, nos Estados Unidos, mas somente alcança uma difusão generalizada nos países desenvolvidos, a partir da segunda metade do século XX, após a Segunda Guerra Mundial, seguindo em suas grandes linhas até, aproximadamente, o início da década de 80.” (15)

A prática da produção em série e o consumo em “massa” da chamada ordem industrial fordista foram os grandes incentivadores dessas mudanças. A produção para o consumo tinha como principal objetivo solucionar a crise do excesso de produção, mas para isso era necessário aumentar o consumo. Assim, a antiga mentalidade do nascimento do capitalismo, o consumo somente do essencial para a sobrevivência, tinha que ser mudada para o consumo em benefício da manutenção do capital circulante, base desse novo modelo de capitalismo.

Para incentivar o aumento do consumo surge nas décadas de 20 e 30, a publicidade, como grande estratégia para a criação de uma mentalidade de satisfação de necessidades e desejos através do consumo. As representações simbólicas dos produtos dentro da dinâmica social ultrapassou à simples funcionalidade dos mesmos. O crescimento de cidades emergentes, no final do século XX, acaba por difundir uma idéia de modernização que exige pessoas modernas, ou seja, que consumam produtos modernos e que mantenham um estilo de vida condizente com as mudanças que vêm ocorrendo, outra razão também para consumir. Os apelos da mídia e essa nova mentalidade urbana, declara Severiano, trazem conseqüências para a personalidade dos indivíduos:

“Estes fenômenos, derivados da intensa urbanização e do conseqüente anonimato nas grandes metrópoles, ao lado do crescente debilitamento da fé na comunidade, na ética, na religião ou em qualquer outro referente tradicional, geraram uma, até então desconhecida, instabilidade psíquica nos indivíduos, que passam a travar uma luta ansiosa pela preservação da autonomia e da individualidade, frente às novas e despersonalizantes forças sociais.” (16)

O que é interessante ressaltar é que ao mesmo tempo que o consumo instaurado é o consumo de massa, foi justamente nos novos códigos desse consumo que os indivíduos buscaram maneiras de se desvincular da “massa”, de se diferenciar do todo e construir uma identidade própria. A lógica dessa sociedade atual é a busca da “auto-realização” e da “felicidade” encontradas no ato de consumir.

Além da subversão de normas já estipuladas como sinônimo de boa conduta pelo código moral protestante, como o espírito de poupança, o consumo sóbrio, o consumo

individual de caráter puramente instrumental, a nova ordem do capitalismo atual começava a produzir outros conceitos, normas e valores de que o bem-estar individual necessita da aprovação da comunidade a que se pertence. Se a busca da “felicidade” está em ser único, em se destacar dos demais e formar a própria identidade, há também o fato de que nada disso é válido se não houver um grupo que entenda o sentido dessa individualização e a valorize. Há a necessidade da aprovação do exterior. É curioso mencionar que desde o início dessa mentalidade consumista como sinônimo de aprovação social, começaram a surgir grupos que se dizem fora dessa lógica. No entanto, a conduta destes grupos continua seguindo os mesmos preceitos, pois o que os motiva a consumir produtos que não do gosto da “massa” é também a aprovação do grupo ao qual eles pertencem e que têm as mesmas idéias de se diferenciar da “massa”. A própria “massa” tem um papel fundamental nesse tipo de manifestação, pois para os protestantes é satisfatório o sentimento que eles despertam nos demais de desaprovação, eles estão formando uma identidade própria e com a idéia que estão subvertendo a lógica do mercado. Se não existisse a “massa” para desaprová-los, o que adiantaria eles serem diferentes?

É nesse contexto de diferenciação social através do ato de consumir é que surge a busca pelo *status*, base dos argumentos de venda da maioria dos produtos. A venda a prazo e o serviço de crédito ao consumidor foram grandes estratégias do mercado para implementar o consumo com aqueles que, de outra forma, não teriam dinheiro para a comprar à vista e satisfazer os seus “desejos”. A propaganda de uma financeira publicada na revista “Veja” de dezembro de 1999, ilustra perfeitamente a idéia divulgada nessa época e presente até hoje:

“Neste século inventaram a geladeira, o freezer, a máquina de lavar roupas, a secadora, a máquina de lavar louça, o fogão, o microondas, a fritadeira, a batedeira, o liquidificador, a cafeteira, o ferro elétrico, a panela de pressão, o espremedor de frutas, o tostex, o ventilador, a enceradeira, o aspirador de pó, o radinho de pilha, a televisão, o videocassete, o CD player, o gravador cassete, a agenda eletrônica, o relógio de pulso, o beliche, a cadeira-do-papai e muitos, muitos outros sonhos de consumo. Agora, imagine realizar todos esses sonhos se a ‘Fininvest’ não tivesse inventado as melhores soluções de crédito.” (17)

É importante observar que é nesse período que se cria a idéia do “sonho de consumo” e a financiadora divulga no anúncio a imagem de facilitadora na realização

desses sonhos de “todos nós”. É todo esse processo de trocas que parecem ser “livres” e “justas”, que faz surgir, segundo Severiano, uma nova concepção de “democracia”:

“O caráter político-ideológico daí decorrente reside em que este modelo de sociedade instala uma nova concepção de “democracia”, na qual os desejos de participação política do cidadão são substituídos pelo desejo de participação no consumo.” (18)

Se no capitalismo de mercado, a socialização do indivíduo ocorria quando membro da uma família, na fase do capitalismo industrial avançado, o papel socializante foi transferido para as agências extra-familiares, “constituídas por um sistema ‘racional’ de administração totalizante”(19) que tratam de reproduzir nos indivíduos os valores funcionais para o sistema.

A inauguração dessa nova fase histórica do capitalismo, de uma certa forma, reformulou todo o sistema de necessidades dos indivíduos. O aumento da produção de bens em série direcionados ao lazer e para facilitar as tarefas do dia-a-dia, como televisões e eletrodomésticos, destinava-se a satisfazer o desejo dos consumidores fascinados pelo *status* e o prestígio que eles proporcionavam. Até a comercialização dos produtos de primeira necessidade também era baseada nessa representação simbólica, que antes estava presente somente no consumo dos bens de luxo.

Nesta fase, inicia-se também uma “renovação” constante dos objetos, chamado “absoletismo planejado”, responsável pelas novas coleções de produtos que eram lançadas com pequenas modificações, mas com uma glamourização ainda maior que provocava um ritmo frenético e insaciável por consumo:

“(…) tudo passou a ser consumido em função dos valores sígnicos e do *design*, incorporados nas mercadorias, regulados segundo a lógica do desejo e expressos num sistema de marcas, que ganha crescente relevância na publicidade de então, e que, se configurará no seu eixo central.” (20)

Se a impressão que se tinha era que eram os consumidores os beneficiados com tais mudanças, pois tinham os seus “desejos” satisfeitos, a lógica do mercado era outra. A circulação cada vez maior de mercadorias é a prova da subordinação dos valores simbólicos e culturais à lógica do capital.

A tendência homogeneizante deste modelo de sociedade expressa principalmente na expressão “sociedade de massa” é para alguns autores como Marcuse e Adorno a tentativa

de uniformizar as necessidades eminentemente estabilizadoras e conservadoras, uma tentativa de subjugar à dinâmica do mercado qualquer iniciativa libertadora, criativa ou individualista (21). O indivíduo tem a impressão que está sendo ele mesmo dentro dessa sociedade e se mantém submisso e cumpridor dos apelos mercadológicos previamente planejados pela lógica do capitalismo.

Essa lógica começa a dar sinais de esgotamento na década de 70 quando o consumidor, já moldado ao longo das décadas por essa sociedade de consumo de massas, “exigia” a permanente renovação e o surgimento de constantes atrativos nos produtos no mercado e que fossem únicos e adequados à “necessidade” individual de cada um. A produção em série já não mais satisfazia o “desejo” que todos tinham de possuir *status* e prestígio com a aquisição de produtos diferentes do que os demais possuíam. A situação gerou uma nova crise, agora contrária à crise que ocorreu quando da mudança do “capitalismo de mercado” para o “capitalismo de consumo de massas”.

A rentabilidade com a infra-estrutura técnica do sistema fordista clássico que introduziu a produção em série através de longas linhas de montagens não eram adequadas a acompanhar a velocidade das mudanças dos produtos que eram procurados pelos consumidores, pois colocava sobre o produto custos muito altos para a sua comercialização em massa. Esse impasse devido ao modelo industrial adotado, acabou desacelerando as taxas de crescimento e de rentabilidade.

Era necessário então, que os produtos tivessem um diferencial uns dos outros para atrair a clientela e foi assim que teve início um vertiginoso processo de competitividade na busca por novos mercados, surgindo daí a necessidade de “segmentação”.

Outro problema que acompanha a crise no setor industrial, é a crise social causada pelo dismantelamento do chamado “Estado do bem-estar”, ou seja, o Estado desempenhava um papel regulador dos desequilíbrios entre produção e consumo, atuava como socializador da norma de consumo de massas e tinha uma função normalizadora do conflito social (22). Com o seu fim, há um aumento do processo inflacionário e uma crise no emprego, que ocasionou muitas demissões e um alto índice de marginalidade.

Essa crise obviamente causa sérias conseqüências ao consumo. Nos países desenvolvidos, quase todos os trabalhadores tinham condições de consumir os mais

diversos produtos, agora é mais evidente a desigualdade e a instabilidade social com o número de pessoas que teve uma queda no seu poder aquisitivo.

Diante desse contexto e para a solução da crise, recuperando as taxas de lucros das grandes corporações, a alternativa para as empresas agora é selecionar entre todos os consumidores os que têm realmente poder de compra e mais estabilidade financeira para consumir, não se pode mais arriscar sob o risco de ter prejuízos. Junto com essa distinção de poder aquisitivo, vem a distinção social dos consumidores:

“Os interesses dos grandes monopólios estão voltados, agora, para ‘seleccioná-los’, segmentá-los’ e, aqueles que, não importa por que razões, não mais conseguem alcançar os padrões ‘mínimos’ de consumo, são tornados ‘não respeitáveis’.” (23)

As transformações ocorridas dão início à chamada “sociedade pós-moderna”, com as mesmas características da sociedade de “massas”, mas agora “segmentada”. A transformação mais interessante para o nosso estudo desse período foi a implantação de novas tecnologias nos processos de produção que reformulou a organização tradicional da divisão de trabalho, tornando-a mais “ágil” e “flexível” e possibilitando a aumento das taxas de lucros. (24)

A chamada “sociedade de consumo” contemporânea não é mais fundamentada na lógica do “consumo de massa”, mas num consumo mais hierárquico, voltado para o consumo “individualizado”, “diferenciado”, “segmentado”. É a aceitação que a diversidade da oferta de produtos permite que diferentes grupos de pessoas com características semelhantes tenham opções dentro do mercado. É um conceito de “democracia” diferente do defendido na época do consumo de “massa”:

“A dita ‘democracia’ baseia-se, pois, na capacidade de ‘eleição individualizada’, na ‘livre escolha’ dos bens de consumo. Nesta perspectiva, os homens, supostamente, não teriam mais que aderir, indiferenciadamente, a qualquer proposta de consumo, como à época do consumo de ‘massas’, visto que agora o sistema os ‘reconhece’ em suas ‘diferenças’... (ou em suas desigualdades).” (25)

O ideal do indivíduo autônomo de hoje está baseado no objeto que possui, como fonte única de sua individualidade e, portanto, transitável de acordo com as estratégias de mercado. Esse homem se define e se “individualiza” através do consumo.

Portanto, a crise da década de 70 deu origem ao homem (pseudo) “individualizado” e a criação do “produto personalizado” foi a solução encontrada pelo capitalismo na década de 80 para sair da crise.

2.2 Breve olhar sobre as teorias de consumo

Com o recente surgimento das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação, os seus efeitos na sociedade estão emergindo gradualmente. Quando essa introdução estiver concretizada, argumenta Olga Guedes, no seu ensaio “O consumo das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação na Esfera Privada”:

“(...) podemos esperar o desenvolvimento de novas formas de organização, novas práticas sociais, sistemas de regulamentação, novas formas de mídia e, talvez algumas mudanças no espaço privado da família.” (26)

Além da sua importância material, a tecnologia conquistou uma representatividade simbólica muito forte na cultura contemporânea, capaz de interferir nas transformações sociais, em alguns casos, até de modo decisivo. Já foi visto aqui que essa afirmativa é a razão para que muitos pesquisadores defendam o conceito de “sociedade da informação”. No entanto, os efeitos de uma determinada tecnologia em nossa sociedade não se resumem ao seu processo de produção, ao seu formato ou capacidade, mas também pelo uso que nós fazemos dela em nossas vidas, sua utilidade em nossas casas. Em relação ao consumo das TCIs, particularmente a Internet, muitos estudos sobre a sua apropriação pelas famílias no seu cotidiano está relacionado à busca do bem-estar:

“A Internet é vista como um significante avanço tecnológico, emergindo como parte da modernidade a ser usada para melhorar a vida das pessoas, no nível individual e coletivo, e para facilitar novas atividades.” (27)

Com o surgimento dos meios de comunicação de massa no início deste século, o conceito de consumo acabou servindo para ilustrar o fenômeno econômico e utilitário de absorção que as pessoas tinham em relação a essas tecnologias. No início dos estudos sobre a influência dos meios de comunicação na sociedade, muitos autores remetiam ao consumidor um papel passivo em relação à adoção das TCIs. Atualmente, muitas pesquisas fazem outros enfoques em relação ao tema. Mariângela Machado Toaldo, em seu artigo “Sob o signo do consumo: status, necessidades e estilos”(28), aborda três linhas de estudo

que tentam compreender e esclarecer o que é conhecido como a “sociedade de consumo” atual: sob a perspectiva da economia política, dos estudos culturais e na perspectiva pós-moderna. A autora faz um recorte específico na obra de três autores, Jean Baudrillard, Gilles Lipovetski e Mike Featherstone, que tratam do conceito de consumo dentro dessas três linhas de pesquisa.

Os estudos que têm como base a economia política, defendem que a finalidade do consumo está relacionada à necessidade e a geração de riqueza e renda ou para determinar a força de organização social. Toaldo descreve o que Baudrillard considera objetos de consumo:

“Os objetos de consumo, para Baudrillard, são lugares simbólicos, onde se procura constituir uma moral do consumo, baseada em valores “sociais”, como o ter, a ostentação e a distinção. Eles se renovam, sustentados pelos mesmos valores. A necessidade de acompanhar suas mudanças, cada vez mais efêmeras, é passada aos indivíduos como meio para alcançar sua realização.” (29)

O indivíduo é levado a consumir para satisfazer a uma necessidade de realização social contínua. Assim, a aquisição de um produto não satisfaz a essa necessidade por inteiro, pois ela está contida no ato de comprar. Segundo Toaldo, Baudrillard defende que além do valor de troca e o valor de uso dos objetos, o que prepondera é seu valor-signo, sua capacidade de representar.

O valor do objeto-signo não está na sua utilidade e sim, no que ele tem de melhor em relação aos demais objetos e que o diferencia e assim também remete o seu usuário a uma posição de destaque e de diferenciação social. A significação social de um objeto acaba sendo um parâmetro para a diferenciação social de seus usuários. O valor signico que Baudrillard confere ao objeto que é consumido não por sua utilidade, mas pelo que ele representa, pela sua capacidade de diferenciar, de remeter o consumidor a uma determinada posição, a um determinado status.

A razão da moda é que os indicadores das “novas” tendências mudam constantemente de objetos, formando um ciclo em que o que é sinônimo de status hoje pode não ser amanhã e vice-versa. A moda acompanha a mudança do objeto de desejo dos indivíduos.

Baudrillard admite que a lógica do consumo provoca uma satisfação ilusória dos consumidores. O que traz a satisfação das necessidades dos indivíduos está sempre

transitando de objeto para objeto e assim, a aquisição de um objeto nunca tem todo o efeito de realização que o indivíduo esperava com a sua compra e, conseqüentemente, cria-se sempre uma nova necessidade na busca pelo prazer e o status. A realização quando ocorre é quase sempre uma satisfação superficial e transitória.

Outro ilusão criada pelo consumo, acusa Toaldo na obra de Baudrillard, é que a distinção social que se busca com o consumo é uma questão que tem a sua razão mais interna no contexto da sociedade do que nos bens que o indivíduo possui ou na aparência que ele tem. Há também todo um conjunto de concepções, hábitos, gostos, comportamentos, conhecimentos que compõem os sujeitos e que os diferenciam uns dos outros.

Outro ponto apresentado contra o que Baudrillard chama de “democracia do consumo” é de que o que as pessoas consomem não é capaz de definir se indivíduos são iguais ou não.

Baudrillard vai de encontro também ao conceito “sociedade de consumo” tão dissimulado atualmente e que dá uma idéia de que o consumo seja um valor universal para a satisfação das necessidades pessoais. Em sua obra, o autor afirma:

“Trata-se de uma instituição e de uma moral (...) e de um elemento da estratégia do poder. A sociedade é aqui, a maior parte das vezes, ingênua e cúmplice: toma a ideologia do consumo pelo próprio consumo.” (30)

A busca do indivíduo pelo consumo de produtos que possam lhe conferir status e poder acaba tendo como conseqüência uma estratificação social que impossibilita o uso adequado do termo “sociedade de consumo”.

Outra abordagem feita por Toaldo refere-se aos estudos culturais da prática do consumo, representada em seu ensaio pelo autor Gilles Lipovetsky, no seu livro “O Império do Efêmero”. O consumo dentro dessa linha é um processo ativo e associado, freqüentemente, à busca do prazer. Toaldo refere-se à discussão gerada em torno da obra de Lipovetsky que foi considerada muito positiva. “Segundo ele”, afirma Toaldo, “as práticas consumistas podem colaborar na educação de vários aspectos da vida humana.”(31)

Lipovetsky associou o surgimento de uma multiplicidade de oferta a uma multiplicidade de escolha. Aspectos pessoais são levados em consideração na hora de se

comprar um produto e satisfazer os desejos pessoais, o “prazer para si mesmo”, e não os de uma classe a qual se pertence.

O valor de uso liga o homem às coisas que, na sociedade de consumo, mudam constantemente. A hiperescolha, a sedução e a inconstância embasam os processos da moda e predisõem o homem constantemente ao desprendimento do que foi adquirido. Para Lipovetsky, os indivíduos têm total liberdade para escolher o que consumir no universo do mercado que está sendo oferecido, processo este que o autor considera responsável por uma democratização do mundo material.

A moda para Lipovetsky instiga o indivíduo a se individualizar, a procurar a sua realização pessoal, a ser mais “sujeito da sua existência privada, operador livre de sua vida por intermédio da superescolha na qual estamos imersos.”(32) Lipovetsky usa o termo “universalização dos padrões modernos” para defender a autonomia do sujeito e a não continuação da distância social como reflexo do consumo.

Ele afirma que a moda impulsiona à inovação, mas a constância dos interesses individuais de sobrepõe à idéia do social. A ênfase que é dada no que “eu quero”, ultrapassa a preocupação com o que “os outros querem”. Assim, os problemas sociais não são obstáculos para a realização dos desejos pessoais de cada um, o que compromete o envolvimento social dos indivíduos. A resolução dessa questão é remetida pelo autor às instâncias políticas.

A terceira e última linha de estudo sobre o consumo refere-se a uma perspectiva pós-moderna em que as pessoas constroem a sua identidade através do consumo cultural, o que sugere um significado maior do consumo para a cultura contemporânea. Toaldo ilustra tal teoria com a obra “Cultura do consumo e pós-modernismo”, de Mike Featherstone, que compartilha muitas idéias de Baudrillard e insere de novo o conceito de estilo de vida:

“Estilo de vida, segundo Featherstone, na cultura de consumo contemporânea conota individualidade, auto-expressão e uma consciência de si estilizada.” (33)

Os indivíduos se expressam através do que eles consomem e a multiplicidade de escolhas permite que estilos diferentes de vida sejam escolhidos mesclando costumes, não mais apegados a princípios tradicionais e a grupos de referências. As distinções sociais continuam existindo, mas com um novo movimento no interior do social.

Os avanços tecnológicos põem a disposição dos consumidores maior variedade de produtos que são oferecidos no mercado, o que não garante a igualdade de acesso de todos a essas mercadorias. Featherstone afirma que essa diferenciação depende do poder aquisitivo e dos valores culturais existentes e ainda que o acesso aos diferentes campos se pretende limitado porque o status maior está em se possuir algo diferente e raro ou um estilo de vida glamouroso e não algo popularizado ou um estilo de vida que já tenha virado lugar-comum:

“Featherstone diz que as pessoas, hoje, constroem seu estilo de vida, onde manifestam sua individualidade, através do que se apropriam. Elas têm consciência de que se comunicam por meio do estilo adotado, que serão interpretadas e classificadas em termos da presença ou falta de gosto.”
(34)

Para Featherstone, a lógica do consumo estimula constantemente a renovação dos estilos de vida que também é estimulada pela mídia e pelos grupos formadores de opinião. As tendências e os estilos de vida são objetos de consumo cada vez mais variados que transitam no tempo e servem como ponto de diferenciação entre os que os adotam.

Em nosso trabalho não pretendemos exaltar a criatividade do consumidor nem a cultura do mesmo, mas reiterar que o consumo cultural, apesar de sua determinação pelo mercado e da desigualdade do acesso ao capital econômico e cultural, não é um processo passivo, mas uma expressiva e produtiva atividade. Portanto, não é suficiente as imagens e narrativas dos produtos da mídia, é preciso também a análise da apropriação e do uso destes pelas pessoas em seu cotidiano. O conceito de consumo utilizado neste trabalho é o de Néstor García Canclini, em seu livro “Consumidores e Cidadãos” (35). “O consumo”, segundo Canclini, “é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos.”

2.3 Consumo e cidadania

Vivemos em uma sociedade onde a identidade cultural é manifestada pelo tipo de produtos e serviços que as pessoas consomem. Atualmente, grupos são formados a partir das semelhanças de consumo que os indivíduos mantêm entre si. Nestor Garcia Canclini, exemplifica em seu livro “Consumidores e Cidadãos”, a representação simbólica do consumo na sociedade atual:

“Vamos nos afastando da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir.” (36)

Canclini responsabiliza as transformações constantes nas tecnologias de produção, no desenho de objetos, na comunicação mais extensiva ou intensiva entre sociedades, que resultam na ampliação de desejos e expectativas, pela instabilidade das identidades fixadas em repertórios de bens exclusivos de uma comunidade étnica ou nacional.

Com a explosão globalizada das identidades e dos bens de consumo, a concepção de que os produtos nacionais eram consumidos por uma questão de economia em relação aos prestigiados e, muitas vezes, de melhor qualidade, produtos estrangeiros ou por aqueles que faziam questão em exaltar o valor dos produtos nacionais, acabou por tomar um outro rumo. Com a globalização, o que se produz no mundo tem inúmeras nacionalidades, a abertura das fronteiras geográficas de cada sociedade incorporou bens materiais e simbólicos das outras:

A globalização supõe uma interação funcional de atividades econômicas e culturais dispersas, bens e serviços gerados por um sistema com muitos centros, no qual é mais importante a velocidade com que se percorre o mundo do que as posições geográficas a partir das quais se está agindo.” (37)

A globalização também mudou o conceito de cidadania. No entanto, Canclini afirma que não foram somente as revoluções sociais, nem o estudo das culturas populares, nem a iniciativa de alguns movimentos alternativos na política e na arte ou o crescimento vertiginoso das tecnologias audiovisuais de comunicação que destacaram as mudanças que vinham ocorrendo desde o século passado no desenvolvimento do público e o exercício da cidadania. Mas destaca que os meios eletrônicos foram responsáveis por fazer com que as massas populares participassem mais ativamente da esfera pública da sociedade e deslocaram o desempenho da cidadania dos antigos conceitos de representação política e partidária em direção às práticas de consumo. A questão que é suscitada nessa discussão por Canclini é se o consumo passa a constituir um novo *locus* para a prática da cidadania:

“() quando se reconhece que ao consumir também se pensa, se escolhe e reelabora o sentido social, é preciso se analisar como esta área de apropriação de bens e signos intervém em forma mais ativas de participação do que aqueles que habitualmente recebem o rótulo de

consumo. Em outros termos, devemos nos perguntar se ao consumir não estamos fazendo algo que sustenta, nutre e, até certo ponto, constitui uma nova maneira de ser cidadãos.” (38)

É importante salientar que vincular o consumo com a cidadania não condiz com a idéia de um consumidor irracional e agindo somente em função da racionalidade dos princípios ideológicos. É freqüente a idéia do consumo como o lugar do suntuoso e do supérfluo, onde os impulsos primários de compra estão aliados à dinâmica do mercado e às táticas publicitárias. Por outro lado, a cidadania é reduzida a uma questão política, pelo ato de votar de acordo com as convicções individuais e de acordo com o que se pensa.

O que se defende nesse texto é que quando escolhemos um produto e o consumimos, definimos o que consideramos valioso, assim como os modos que nos integramos e nos distinguimos na sociedade. Para se entender o significado das noções de consumo e cidadania, ambas devem ser analisadas conjuntamente como instrumentos da economia e da sociologia política, considerando-as como processos culturais, assim também recorrendo à antropologia para tratar da diversidade e do multiculturalismo.

O acesso a um número maior de informações através de outros meios de comunicação permitiu aos indivíduos novas formas de entender as práticas sociais e culturais que dão sentido ao pertencimento, de conceber e exercer os seus direitos:

“Desiludidos com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, o público recorre à rádio e à televisão para conseguir o que as instituições cidadãs não proporcionam: serviços, justiça, reparações ou simples atenção.” (39)

Com a Internet, essa nova possibilidade de exercer a cidadania sofreu uma dinâmica ainda maior. Não está comprovado que os meios de comunicação e a Internet sejam mais eficazes que os órgãos públicos, mas são muito mais atraentes e fasciantes e dão uma idéia de maior agilidade e eficiência na manifestação do ser cidadão.

As conseqüências dessa troca de papéis entre as instituições burocráticas e a mídia são expostas por Canclini na seguinte afirmação:

“(…) não se trata apenas do fato de os velhos agentes – partidos, sindicatos, intelectuais – terem sido substituídos pelos meios de comunicação. A aparição súbita destes meios põe em evidência uma reestruturação geral das articulações entre o público e o privado que pode ser percebida também no reordenamento da vida urbana, no declínio das nações como entidades que comportam o social e na reorganização das funções dos atores políticos tradicionais”. (40)

Os meios de comunicação e, mais tarde, as Novas Tecnologias de Comunicação e Informação, particularmente, a Internet, provocaram uma remodelação do consumo e da vida cotidiana nos grandes centros urbanos. É importante também nos reportarmos à possibilidade da Internet ser um novo espaço para o exercício da cidadania.

2.4 O consumo cultural no contexto do cotidiano

O que foi chamado como a “revolução na comunicações”, teve início com as conhecidas invenções do século XIX, como a fotografia e o telégrafo (1830), a prensa rotativa a energia (1840), o telefone (1876), o cinema (1895) e muitas outras inovações tecnológicas. Contudo, conforme afirma Neil Postman, quem melhor definiu o momento do surgimento das inovações ocorridas durante o século XIX foi Alfred North Whitehead:

“Alfred North Whitehead foi quem melhor resumiu isso quando observou que a maior invenção do século XIX foi a idéia de invenção em si. Nós aprendemos como inventar coisas, e a questão de *por que* inventamos coisas perdeu importância. A idéia de que se alguma coisa podia ser feita, devia ser feita, nasceu no século XIX.”(41)

Junto com essa consciência de invenção aliada à dinâmica de mercado do capitalismo modificou-se a noção do papel que as pessoas desempenham dentro da sociedade. Postman resume essa mudança:

“Também passou-se a acreditar que a máquina do progresso tecnológico trabalhava com mais eficiência quando as pessoas eram concebidas não como filhos de Deus ou mesmo cidadãos, mas como consumidores – quer dizer, como mercados.”(42)

Michel de Certeau, em seu livro “A invenção do Cotidiano – Artes de fazer”, mostra como as inovações tecnológicas remodelaram o conceito de consumo que tem suas especificidades no uso que as pessoas fazem dos produtos que lhe são ofertados.

“Na realidade, diante de uma produção racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta, posta-se uma produção de tipo totalmente diverso, qualificada como “consumo”, que tem como característica suas astúcias, seu esfarelamento em conformidade com as ocasiões, suas “piratarías”, sua clandestinidade, seu murmúrio incansável, em suma, uma quase-invisibilidade, pois ela quase não se faz notar por produtos próprios (onde teria o seu lugar?) mas por uma arte de utilizar aqueles que lhe são impostos.”(43)

As descobertas científicas do século XX representaram uma mudança no comportamento dos consumidores com a introdução das novas tecnologias no seu dia-a-dia. Silverstone e Hirsch descrevem a dimensão dessa mudança em nossas vidas:

“The images and ideas, sounds and words, information and entertainments, that define the character of the media and information technologies of the twentieth century, in turn offer another dimension of the articulation of these technologies into our daily lives. They provide a means both for the integration of the household into the consumer culture of modern society (...) and for the assertion of an individual’s, a household’s or an island’s own identity: a domestic as well as a local culture.” (44)

O universo de informações disponíveis na rede aumenta a cada dia e as possibilidades de uso do que está disponível também acompanha essa elevação. Os milhões de usuários da Internet em todo mundo, têm a princípio (fatores externos aqui não são relevantes como tempo de acesso, controle, prioridade etc), as mesmas opções de informações e atividades na rede, mas cada um deles irá fazer um uso diferenciado do outro e é exatamente esse consumo individual que irá caracterizá-los como ativos e únicos:

“(...) o consumidor não poderia ser identificado ou qualificado conforme os produtos jornalísticos ou comerciais que assimila: entre ele (que deles se serve) e esses produtos (indícios da “ordem” que lhes é imposta), existe o distanciamento mais ou menos grande do uso que faz deles.”(45)

Estudar o consumo como uma atividade social provocadora de reações também sociais no contexto do cotidiano de famílias permite fazer uma análise das transformações que vêm ocorrendo com a implantação das TCIs na nossa cultura. Certeau, em seu estudo sobre as “operações dos usuários”, na obra já citada, faz uma análise das “maneiras de fazer” cotidianas e atenta para uma questão de suma importância para se conseguir resgatar a essência de uma análise de uso de qualquer produto, tecnológico ou não:

“(...) a análise mostra antes que a relação (sempre social) determina seus termos, e não o inverso, e que cada individualidade é o lugar onde atua uma pluralidade incoerente (e muitas vezes contraditória) de suas determinações relacionais. (46)

A idéia de que qualquer produto já surge com uma ideologia intrínseca não representa para Certeau que os usuários não possam mudar a utilidade que lhes é imposta pelo mercado ao produto que é adquirido:

“A presença e a circulação de uma representação (ensinada como o código da promoção sócio-econômica por pregadores, por educadores ou por vulgarizadores) não indicam de modo algum o que ela é para seus usuários. É ainda necessário analisar a sua manipulação pelos praticantes que não a fabricam. Só então é que se pode apreciar a diferença ou a semelhança entre a produção da imagem e a produção secundária que se esconde nos processos de sua utilização.” (47)

A Internet, por exemplo, disponibiliza uma infinidade de opções para o uso de seu potencial tecnológico de comunicação e informação e seus usuários vem descobrindo e criando a cada dia novas utilidades para a tecnologia. As descobertas de dispositivos e equipamentos, a criação de novas interfaces e programas de computador agilizam ainda mais o acesso a informações. A velocidade com que inovações são criadas acaba por deixar obsoleto equipamentos recém-criados, tal a dinâmica do universo tecnológico na rede.

A Internet, diferente de outros meios, como a televisão e o rádio, permite que usuários comuns produzam as suas próprias mensagens e com algum conhecimento técnico, disponibilizem-nas na rede. O usuário pode selecionar a quais informações quer ter acesso e contactar outras pessoas que também freqüentem o ciberespaço para trocar informações. É também conhecida a atividade de alguns jovens que se tornam verdadeiros gênios em informática, capazes de driblar a segurança de programas que protegem arquivos sigilosos de empresas e criam programas de vírus que são letais para os computadores que forem infectados.

A Internet tem um universo de possibilidades de “usos” para uma minoria privilegiada, pois para se ter acesso à Internet é necessário uma infra-estrutura mínima que para a maioria das famílias, principalmente para aquelas que moram em países mais pobres, como no Brasil, é muito cara. No entanto, mesmo com o obstáculo econômico é incontestável que o uso da Internet vem aumentando a cada dia. Para aqueles que têm acesso, há a possibilidade que a sua aplicação no cotidiano venha a modificar estruturas tradicionais como a família, a escola e a religião. O fato mais marcante nessas famílias de classe média-alta é que os seus filhos estão nascendo tendo a Internet como brinquedo e como um equipamento que facilita a sua vida em casa e na escola e já tem um espaço e um tempo na rotina de suas atividades. As implicações para estas famílias desse contato tão próximo com a tecnologia vem se materializando no surgimento de uma nova realidade social e cultural.

Compreendendo, então, o consumo como um processo social ativo, a pesquisa do processo de consumo das novas tecnologias, particularmente a Internet, no cotidiano doméstico permite compreender o contexto familiar em que esse fenômeno ocorre e como é o processo de “domesticação” dessa tecnologia. As transformações ocorridas pela influência da Internet no cotidiano da família podem trazer inúmeras conseqüências para o convívio familiar. É o que Olga Guedes prevê no seu ensaio “O consumo das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação na Esfera Privada”:

“A Internet com status de fonte de informação e lazer, é também uma tecnologia que potencialmente oferece inúmeras possibilidades para a formação de novas relações sociais, identidades e comunidades que podem vir a interferir na cultura conservadora da família.” (48)

“É, pois, inevitável”, revela Neil Postman, “que cada cultura precise negociar com a tecnologia, fazendo-o de maneira inteligente ou não.” (49) Ao contrário do que os deterministas tecnológicos pregam, essa negociação manifesta a atividade do usuário, desde a decisão de adotar ou não determinada tecnologia, nesse caso, a Internet, até ao uso que o mesmo faz dela no seu cotidiano. Nessa perspectiva, cada passo do usuário em relação à nova tecnologia deve ser observado, desde a aquisição, passando por todo o processo de “domesticação”. No desenrolar desse processo, haverá uma negociação entre as expectativas e valores do usuário em relação à tecnologia e o todo o potencial que ela oferece, o que faz do uso de uma mesma tecnologia algo único para cada indivíduo que o exerce.

A observação da vida cotidiana no lar permite que observemos a complexidade de fatores sociais envolvidos no uso de uma nova tecnologia. O lugar físico escolhido para essa tecnologia ocupar na casa já é um indício da importância que ela tem para os membros da família, assim como seus usos serão definidos pelas dinâmicas social e política adotadas no ambiente familiar que abordam questões como propriedade, controle e direitos ao acesso e a satisfação das expectativas dos usuários. Os conflitos que surgem no dia-a-dia da família com o uso da tecnologia, a ansiedade sobre os transtornos à rotina familiar que a tecnologia possa causar, o desafio que ela representa para a capacitação profissional do usuário, a ameaça que ela representa à manutenção de valores maiores da família ou o papel que ela representa também fora do lar são alguns dos muitos fatores que surgem

gradualmente na moldagem de uma nova cultura tecnológica e que podem ser detectados pelos estudos baseados na família.

O consumo da Internet no espaço privado é estudado a partir da “economia moral” da família sugerida pelos autores Roger Silverstone, Eric Hirsch e David Morley. Segundo eles, a “economia moral” é uma unidade ativamente engajada ao consumo de objetos e significados. Dentro dela, os lares são vistos como estando ativamente ligados com os produtos e seus significados. Esta ligação envolve a apropriação destas mercadorias dentro da cultura doméstica – eles são domesticados - e através desta apropriação, eles são incorporados e redefinidos em diferentes formas, de acordo com os valores e interesses do próprio lar. (50)

O objetivo da análise baseada na “economia moral” é fornecer uma estrutura analítica para a compreensão das complexas interrelações entre cultura e tecnologia que surgem nas práticas individuais e institucionais, e através das relações entre as esferas públicas e privadas. (51) Trabalho este baseado na literatura da antropologia social e na pesquisa histórica.

O processo de consumo das tecnologias de comunicação e informação no espaço doméstico é analisado pela “economia moral” em seu nível macro e micro, por causa da negociação de sentidos entre as TCIs e as famílias. Dentro deste modelo, as tecnologias são tanto modeladoras quanto modeladas, pois ao mesmo tempo em que presença delas no lar provoca possíveis mudanças na rotina familiar, elas também sofrem influências de todo o referencial cultural da família. Silverstone, Hirsch e Morley identificam quatro fases da dinâmica da “economia moral” do “lar” (52): apropriação, objetificação, incorporação e conversão. “As tecnologias de informação e comunicação”, segundo os autores, “estão envolvidas em todos os aspectos deste processo em virtude de sua dupla articulação entre economia e cultura, e pelo seu duplo status como objeto e meio.” (53)

A apropriação ocorre a partir do ponto que um objeto – uma tecnologia, uma mensagem – é vendido, até o ponto que deixa o mundo da mercadoria e o sistema generalizado de equivalência e troca e é possuído por um indivíduo ou “lar”. O objeto, assim, torna-se autêntico, ou seja, ganha significado. Na fase seguinte, a objetificação revela-se na exibição daquilo que foi adquirido, não só pelo seu uso, mas também pelo espaço físico que ele ocupa no lar. Para tornar-se funcional, uma tecnologia tem que

encontrar um lugar dentro da economia moral do lar, especialmente em termos de sua incorporação dentro das rotinas da vida diária. As tecnologias são incorporadas dentro do lar como articulações de diferenciação de gênero e de idade, assim como reforços e afirmações de status. Considerando que objetificação e incorporação são, principalmente, aspectos da estrutura interna do lar, conversão, como apropriação, define a relação entre o lar e o mundo exterior - a fronteira através da qual objetos e significados, textos e tecnologias circulam, enquanto a família reivindica através de seus membros um status na vizinhança, no trabalho e nos grupos de amigos e na sociedade.

O estudo da importância do ambiente doméstico e das práticas cotidianas da família para a compreensão dos modos de como se dá o consumo dos objetos é um tema amplamente discutido cientificamente. O que é importante se descobrir neste trabalho é como o consumo das tecnologias de comunicação e informação no ambiente familiar ocorre quando além das fronteiras entre o público e o privado, há também a fronteira entre o "virtual" e o "real". (54) As quatro fases apresentadas pelos autores são consideradas quando descrevendo o estudo de casos mas uma atenção especial é dada ao tema da incorporação. O estudo de caso observa três famílias e o processo de incorporação da Internet na vida doméstica familiar.

NOTAS

- (1) POSTMAN, Neil. *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia*. Tradução por Reinaldo Gurarany. São Paulo, Nobel, 1994 – p. 69
- (2) Idem, p. 22
- (3) Idem, p. 70
- (4) PAULA, Silas de & GUEDES, Olga. *Sociedade da Informação: O Futuro (im)Perfeito*. VIII Encontro da COMPÓS, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1999 – p. 3
- (5) Idem, p. 2
- (6) LEVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu Costa. São Paulo, Ed. 34, 1999 – p.22
- (7) LEVY, Pierre. *O que é virtual?* Tradução de Paulo Neves. São Paulo, Ed. 34, 1996 – p. 62
- (8) LEVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu Costa. São Paulo, Ed. 34, 1999 – p.25
- (9) PAULA, Silas de & GUEDES, Olga. *Mito e Realidade na Virtualidade do Ciberespaço*. VII Encontro da COMPÓS, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1998 – p. 8
- (10) LEVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu Costa. São Paulo, Ed. 34, 1999 – p.236
- (11) WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* apud SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo – Os ideais narcísicos na publicidade da TV: produção e consumo*. Campinas, SP, 1999 – p. 48
- (12) SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo – Os ideais narcísicos na publicidade da TV: produção e consumo*. Tese de doutorado. Unicamp. Campinas, SP, 1999 – p. 49
- (13) Idem, p. 50
- (14) WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* apud Idem, p. 50
- (15) LIPOVETSKY, Gilles & ARRIBAS, XXX apud Idem, p. 53
- (16) SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo – Os ideais narcísicos na publicidade da TV: produção e consumo*. Tese de doutorado. Unicamp. Campinas, SP, 1999 – p. 55
- (17) Revista Veja – ano 32 - nº 51, 22 de dezembro de 1999, p. 111
- (18) SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo – Os ideais narcísicos na publicidade da TV: produção e consumo*. Tese de doutorado. Unicamp. Campinas, SP, 1999 – p. 57
- (19) Idem, p. 58
- (20) Idem, p. 62
- (21) MARCUSE. 1982, ADORNO. 1986 apud Idem, p. 63
- (22) SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo – Os ideais narcísicos na publicidade da TV: produção e consumo*. Campinas, SP, 1999 – p. 66
- (23) Idem, p. 67

- (24) ALONSO e CONDE *apud* Idem, p. 70
- (25) SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo – Os ideais narcísicos na publicidade da TV: produção e consumo*. Campinas, SP, 1999 – p. 73
- (26) GUEDES, Olga. *O Consumo das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação na Esfera Privada*. 1º Colóquio Brasil - Reino Unido, promovido pela Intercom, agosto 1999, no prelo – p. 2
- (27) Idem, p. 3
- (28) TOALDO, Mariângela Machado. *Sob o signo do consumo: status, necessidades e estilos*. In: Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, Faculdade dos Meios de Comunicação Social, PUCRS, nº1, 1994.
- (29) BAUDRILLARD, Jean *apud* Idem, p. 90
- (30) BAUDRILLARD, Jean *apud* Idem, p. 91
- (31) LIPOVETSKY, Gilles *apud* Idem, p. 91
- (32) Idem, p. 92
- (33) FEATHERSTONE, Mike *apud* Idem p. 92
- (34) Idem, p. 93
- (35) CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1995 – p. 53
- (36) CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1995 – p. 15
- (37) Idem, p. 17
- (38) Idem, p. 30 e 31
- (39) Idem, p. 26
- (40) Idem.
- (41) POSTMAN, Neil. *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia*. Tradução por Reinaldo Gurarany. São Paulo, Nobel, 1994 – p. 51
- (42) Idem, p. 51
- (43) CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: Artes de fazer*. Tradução por Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes, 1994. p. 94
- (44) SILVERSTONE, Roger & HIRSCH, Eric. *Media and information in domestic spaces*. Routledge, 1992, p. 4.
- (45) CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: Artes de fazer*. Tradução por Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes, 1994, p. 95
- (46) Idem, p. 38
- (47) Idem, p. 40

- (48) GUEDES, Olga. *O Consumo das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação na Esfera Privada*. 1º Colóquio Brasil - Reino Unido, promovido pela Intercom, agosto 1999, no trelo – p. 2
- (49) POSTMAN, Neil. *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia*. Tradução por Reinaldo Gurarany. São Paulo, Nobel, 1994 – p. 15
- (50) SILVERSTONE, Roger & HIRSCH, Eric. *Media and information in domestic spaces*. Londres, Routledge, 1992 - p. 18
- (51) Idem, p. 26
- (52) Idem, p.21
- (53) Idem
- (54) A definição de virtual empregada neste trabalho é dada por Pierre Levy, em *Cibercultura* e diz: “É virtual toda entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular.” P. 47

3. ESTUDO DE CASOS: OS INTERNAUTAS DE FORTALEZA

Em trinta anos, a Internet deixou de ser utilizada exclusivamente nas universidades e laboratórios para invadir os lares. Hoje são milhões de pessoas conectadas em todo o mundo e o assunto Internet está na moda. Não há como desmentir que a Internet representa um grande avanço tecnológico que vem revolucionando o processo comunicativo, no entanto a previsão de alguns estudiosos sobre o poder democrático da rede é um tema polêmico e muito controverso.

Segundo dados da revista Veja, de dezembro de 1999, (1) a grande maioria da população mundial não tem condições financeiras para ter acesso à rede mundial de computadores e o acesso ou não ao universo virtual acaba por reproduzir a mesma estrutura de desigualdade que separa pobres e ricos no mundo em outras áreas de atividade. No entanto, a grande dúvida entre os estudiosos do tema, é se realmente a Internet apenas reproduz e reforça a desigualdade social já existente ou o seu acesso cria um nova forma de desigualdade. Por ainda ser um tema recente e não haver estudos substanciais sobre seus efeitos na sociedade, a dúvida persiste.

Apesar de não se ter uma conclusão sobre a questão, a mesma reportagem de Veja apresenta alguns números muito representativos e afirma que mesmo nos Estados Unidos, os mais pobres que têm acesso à Internet representam apenas um décimo dos ricos. A discrepância em números é muito maior em relação ao acesso dos países africanos. Com 10% da população mundial, a África tem apenas 0,31 computador e 2,2 telefones para cada 100 habitantes, enquanto que os países nórdicos têm quase metade da população on-line.(2)

No Brasil, as diferenças também são visíveis em números. De acordo com a pesquisa sobre Internet realizada pelo Ibope, existiam 4,2 milhões de usuários da rede em julho de 1999. Eles, em sua maioria, pertencem às classes A e B e possuem renda anual de mais de R\$ 50 mil, 55% são homens, 49% estão entre 20 e 39 anos de idade, 33% entre 10 e 19 anos e 18% estão acima dos 40 anos. 36% possuem grau universitário, 62% falam inglês e 63% são solteiros. O acesso à Internet é feito, principalmente de casa (46%). São Paulo é a cidade com o maior número de usuários, seguida pelo Rio de Janeiro com 18%, Brasília e Belo Horizonte, com 7% cada. (3) O número de usuários plugados ainda é muito pequeno, comparado à população total do Brasil, mas é fato que a cada dia a Internet tem

crescido mais rapidamente no Brasil do que na maioria dos países do mundo e começa a fazer parte da vida de um número cada vez maior de brasileiros privilegiados.

No entanto, a influência da Internet não está somente restrita ao dia-a-dia das pessoas que têm acesso a ela, pois a cada dia é maior o número de empresas, bancos e universidades que estão transferindo suas atividades também para o mundo virtual. A Internet vem transformando muito os conceitos que considerávamos estáveis, tais como identidade e cidadania. Hoje, ela está presente nas rodas de conversa, representa um novo mercado de oportunidades de bons negócios e oferta de empregos e auxilia nas atividades corriqueiras da família.

Para melhor visualizar essas mudanças no cotidiano das famílias, as três famílias analisadas no estudo de caso são representativas de uma minoria privilegiada em um país marcado pelos contrastes socio-econômicos. As famílias foram escolhidas porque ilustram o poder da cultura familiar em definir os modos de domesticação da Internet, o qual não foi expresso com tanta ênfase por outras famílias da amostra, principalmente porque elas apresentaram diferentes formas de negociar o processo de consumo doméstico, embora algumas não apresentassem o controle sobre o uso da Internet. As famílias foram selecionadas a partir do critério de renda, ocupação, religião, idade e posse de bens de consumo. O perfil das famílias analisadas é de casais com e sem filhos, com renda entre R\$4 mil e R\$ 7 mil e nível superior.

Embora tenhamos notado alguns hábitos de consumo, como a possibilidade da Internet servir como fonte de pesquisa para a melhor capacitação profissional e desempenho escolar, nosso objetivo é, antes mostrar uma maior diversidade da utilização da Internet no cotidiano das famílias e as principais mudanças que ocorreram ao longo de dois anos, quando tivemos o primeiro contato com elas. Para isso, há a preocupação em se apresentar diferentes discursos mostrando que numa amostra qualitativa é possível perceber a diversidade de “usos” da Internet, decorrentes dos diferentes referenciais culturais de cada indivíduo e de cada família. Fatores como poder aquisitivo, nível de instrução, religião ou valores morais, tendências políticas, convívio social e profissão são determinantes nessa análise e até mesmo o equipamento técnico utilizado para o acesso é também influenciador no uso.

Tentaremos abranger cada um desses aspectos através do discurso dos entrevistados e contribuir para que de alguma forma se faça entender melhor o processo de “domesticação” da Internet, no cotidiano dessas três famílias, como representação de um contingente de conectados que estão levando a Internet para fazer parte de suas vidas em família.

3.1 O ambiente doméstico das famílias

A primeira família analisada será identificada por **Castro** para proteger a identidade de seus membros e as informações que eles forneceram. A família é formada pelo pai, mãe e duas filhas. Os pais estão na faixa dos quarenta anos e as filhas têm 17 e 19 anos. O pai, Roberto, é formado em Administração de Empresas, tem mestrado e é pastor evangélico. A mãe, Carla, tem segundo grau completo, é dona de casa e ajuda o marido nas atividades da igreja. A filha mais velha estuda nutrição em universidade pública e a mais nova está terminando o terceiro ano em colégio particular e prestou vestibular para administração em universidade pública, mas pretende ir estudar no exterior.

A renda familiar da família é por volta dos R\$ 4 mil referentes ao salário de Roberto. A tendência política da família é mais para centro-esquerda. Vivem em um apartamento na região oeste de Fortaleza, com três quartos, um deles transformado no escritório do pai que trabalha em casa e na igreja, uma sala, dois banheiros, uma cozinha e uma área de serviço. São proprietários do imóvel há nove anos. Possuem dois carros de modelos populares. Por causa da sua profissão, o pastor Roberto viaja muito para manter o intercâmbio com outras igrejas evangélicas de outros estados do Brasil e dos EUA e ainda para ministrar palestras sobre religião. O convívio social da família Castro se faz com os membros da comunidade evangélica da qual eles fazem parte.

Eles têm em casa dois computadores, sendo um laptop de uso exclusivo do pai que o leva em suas viagens e está conectado à Internet e o outro um desktop, que Roberto trouxe dos EUA e que também tem acesso à Internet e uma impressora.

A segunda família será identificada por **Silva** é formada pelo pai, mãe, uma filha e a mãe está grávida de um menino, além do pai de Marta que está há um ano morando com eles. Os pais têm por volta dos 30 anos, a filha tem 7 anos e o avô tem 67 anos. O pai, Gustavo, é formado em Administração de Empresas, é professor de inglês e pequeno

empresário do ramo de exportação e importação. A mãe é também professora de inglês. A filha estuda em colégio particular e faz aula de inglês. O avô é aposentado.

A renda familiar é em torno de R\$ 5 mil, da qual 60% vem do salário de Gustavo e 40% do de Marta. O casal tem contas bancárias separadas e dividem as despesas da casa. Eles tem tendências políticas mais para a direita. Moram em uma casa na zona nobre de Fortaleza com quatro quartos, três banheiros, sala de estudo, sala de estar, sala de jantar, amplo jardim e garagem. Possuem dois carros. Gustavo é de Natal, Rio Grande do Norte, e nas férias a família costuma viajar para a cidade para visitar parentes. O círculo de amizades do casal é de amigos do trabalho e parentes mais próximos. Além da tecnologia doméstica referente a uma família pertencente à classe média, como eletrodomésticos, televisão, vídeo, aparelho de som, eles possuem um computador equipado com câmera de vídeo e conectado à Internet e uma impressora a laser.

A terceira e última família que será analisada tem como nome fictício **Botelho**. A família constitui-se de marido e mulher e, apesar de estarem casados há 5 anos, eles não têm filhos. Eles estão na faixa dos 25 anos. O marido, Eduardo, é formado em Direito e é Juiz numa cidade do interior cearense a 540 km de Fortaleza. A mulher, Mônica, está terminando o curso de Biologia em universidade pública.

A renda familiar deles é de R\$ 7 mil do salário de Eduardo. Para terminar o curso superior mais rápido, Eduardo e Mônica decidiram que ela deveria parar de trabalhar para que pudesse se dedicar aos estudos. Eles votam no Partido dos Trabalhadores. O casal têm um apartamento na área nobre de Fortaleza com três quartos, sala, dois banheiros, quarto de empregada, cozinha e área de serviço. Por causa do cargo de Juiz, Eduardo está morando no interior e alugou uma casa para morar e só vem a Fortaleza de quinze em quinze dias. Eles possuem dois carros, um que fica com Mônica para realizar as suas tarefas diárias e ir à faculdade e o outro com o qual Eduardo viaja. A vida social do casal limita-se a quando Eduardo está de volta do interior. Quando ele está longe, Mônica tem a companhia de parentes mais próximos e de amigos da faculdade. O círculo de amizades do casal também inclui colegas de trabalho de Eduardo.

O casal possui um único computador que está no apartamento de Fortaleza. Eduardo não tem computador na casa onde mora no interior e, por isso, só tem acesso à Internet quando vêm à cidade.

Tendo fornecido o ambiente doméstico das três famílias, iniciaremos a análise do processo de “domesticação” da Internet dentro da “economia moral”. O estudo será feito de modo a identificar no discurso dos membros da família as quatro fases da dinâmica da “economia moral” do “lar”, definidas por Silverstone, Hirsch e Morley como apropriação, objetificação, incorporação e conversão.

3.2 Apropriação da Internet

Já tendo conhecimento que a apropriação corresponde à fase onde a tecnologia é vendida e apropriada pelo indivíduo e família, o que podemos notar no exemplo das três famílias é que a maioria das decisões é tomada pelos casais em comum acordo e discutida com os filhos (quando os têm), num processo de negociação que envolve as razões da compra, a relação custo-benefício, os efeitos que poderão ter na vida familiar etc.

Por estar mais em contato com as novidades tecnológicas do que o resto da família por exigência do próprio trabalho, o pastor Roberto da família Castro foi quem conheceu primeiro a Internet e em discussão com a mulher, resolveu adotá-la. As filhas, na época, eram muito pequenas, mas Roberto teve a preocupação de explicar a elas o que era o computador e qual era a utilidade dele para a família:

“Fui eu que tomei conhecimento (da Internet) por estar mais informado, por estar viajando. Então, em 1990 foi quando eu trouxe o meu primeiro computador para dentro de casa: um desktop. Faz praticamente dez anos e a partir daí eu comecei com a Internet (...) Eu acho que fui um dos primeiros, tanto aqui em casa quanto na comunidade (evangélica).”

Na família Silva, Rogério conversou com a esposa sobre a utilidade de um computador, quando ainda estudava nos EUA e de volta ao Brasil, eles decidiram comprar um outro e instalar a Internet:

“Eu comprei um computador usado de um amigo meu nos EUA e coloquei numa sala de estudo. (No Brasil) Um primo de Natal tinha acesso à Internet e eu fui pra lá e fiquei maravilhado com o número de informações e adquiri o serviço. Depois de uns seis meses, eu comecei a usar diariamente (a Internet).”

Na família Botelho, tanto Eduardo quanto Mônica conheciam a Internet, mas foi ele quem teve a iniciativa de adquirir o computador para o casal, cujo objetivo principal era ser conectado à rede:

“Eu tomo, normalmente, a maioria das decisões sobre tecnologia. Ela (a esposa) entende muito pouco. Eu tive a idéia do primeiro computador e de colocar a Internet. Ela já acessava da faculdade ou através de colegas e era muito deslumbrada com a Internet. A compra do computador teve muito a ver com o desejo de conhecer a Internet. No outro dia, eu já estava com a Internet em casa. O computador foi mais o instrumento para acessar à Internet.”

3.3 Objetificação

Quanto à fase da objetificação que está relacionada ao espaço físico que a tecnologia ocupa na residência da família e que corresponde sempre ao papel que o equipamento desempenha dentro do ambiente familiar e a importância que é dada a ele, as famílias entrevistadas demonstraram em seus depoimentos que adquirir o computador e a Internet foi uma atividade pensada e programada. O computador ocupou nas três famílias lugar de destaque em locais destinados ao trabalho e ao estudo.

Na família Castro, o computador teve, desde o primeiro momento, há aproximadamente 10 anos, um lugar reservado junto aos outros materiais para o estudo de toda a família:

“Em 1990, coincidentemente, foi a data que nós viemos para esse apartamento (...), então a gente separou um quarto para as duas (filhas) e esse quartinho aqui passou a ser um escritório. Já naquela época o computador tinha o seu espaço, porque junto com o computador eu tenho mais de mil livros (...). então, o computador veio para junto dos livros. Exatamente quando eu estudava, fazia mensagens, preparava estudos. Então eu utilizava os livros e o computador como uma máquina de datilografia sofisticada com capacidade de guardar as informações, os estudos e a capacidade também de modificação com maior rapidez. Então, ele conquistou um espaço importante que foi o espaço do meu escritório que já é um espaço conquistado pelos meus livros, pelo tipo de trabalho que eu exerço. Talvez numa família comum, que o marido trabalhe fora numa empresa e não tenha nenhum tipo de trabalho vinculado à casa, o computador tem que achar um espaço meio estranho. Ninguém sabe onde põe, se põe na sala, se põe no quarto, eu já vi muito disso. Mas no meu caso, não. Ele tinha um lugar específico porque era o meu ambiente de trabalho.”

O lugar do computador na casa da família Silva foi mudado por Gustavo com a intenção de que a sua mulher, Marta, utilizasse mais, já que ela se queixava que o lugar onde ficava antes era muito longe dos quartos e era cansativo para ela andar até lá por estar grávida. A troca de lugar foi a tentativa de dar mais comodidade ao uso da máquina pela mulher e acabou por introduzir o computador num ambiente ainda mais íntimo da família:

“A gente fez até uma modificação, porque lá em casa tem um escritório grande e computador era lá e ela dizia que não usava o computador porque ficava muito longe dos quartos. Aí eu peguei e trouxe o computador para o quarto e mesmo assim, ela não usa.”

O espaço na casa destinado ao computador também foi planejado pela família Botelho e é destinado também ao estudo. O que é interessante nesse caso, é que o computador acabou por se tornar para o casal uma atração, como uma peça para decorar também o ambiente. Essa afirmação demonstra a admiração e o orgulho que o casal tem de possuir o equipamento que está exposto não só para servir às atividades dos dois, como também para ser visto e enfeitar o lar:

“Ele tem um espaçozinho que a gente reservou pra ele, porque quando eu fiz uma espécie de bancada na minha casa, eu já coloquei um lugarzinho próprio para receber o computador. (...) Ele fica lá em destaque quase como uma peça de decoração também, não só como instrumento de utilidade para todos nós. É um quarto que nós temos para estudar e é um quarto que a gente transformou em escritório. É um lugar próprio para esse tipo de atividade.”

3.4 Incorporação

Particular atenção será dada a essa fase do estudo da “economia moral” da família por ser a etapa em que ocorre realmente a “domesticação” da tecnologia no cotidiano das famílias. Ela se relaciona à estrutura interna da família e corresponde de que forma os objetos, especialmente a tecnologia, são usados e incorporados nas rotinas do cotidiano, enquanto articulação de gênero, idade e status.

3.4.1 O aprendizado da Internet

Com as transformações tão rápidas acontecendo no mundo cibernético, é difícil saber se o que se aprendeu hoje não estará em desuso amanhã e substituído por uma ferramenta ainda mais fácil de se utilizar. A tendência da Internet é fazer de seu uso um recurso auto-explicativo acessível a um maior número de pessoas. Com o equipamento necessário (um computador com uma placa de fax modem, uma linha telefônica e um provedor) e um programa de acesso como o Windows Explorer ou Netscape, acessar a Internet se torna uma tarefa fácil. Todas as explicações para as tarefas mais fáceis na rede como *downloads*, a produção de uma home-page, a criação de um endereço eletrônico etc, podem ser

encontradas na própria rede. No entanto, para as famílias entrevistadas, que têm o acesso à Internet de no mínimo quatro anos, essas tarefas no início não eram tão fáceis. O aprendizado acabou ocorrendo de várias maneiras. O pastor Roberto que é dos entrevistados, o que tem o acesso há mais tempo, quase 10 anos, não teve outra escolha de como usar a Internet que não usando a iniciativa própria e a curiosidade como armas. Em uma época em que as informações que chegavam ao país eram reduzidas e que o assunto Internet estava começando a ser divulgado somente nos Estados Unidos e poucos aqui tinham acesso à rede como ele, Roberto acabou aprendendo conforme ia usando a tecnologia. A filha mais nova e a mãe chegaram a fazer um curso sobre Internet alguns anos depois de se conectarem, mas Roberto não:

“Puramente intuitivo (o aprendizado) e isso tem a ver com a minha pessoa, de pesquisar, de ir atrás. Nunca tive interesse em fazer curso, tudo que eu aprendi foi usando. (...) Eu acabo aprendendo sobre os programas pelos erros e acertos que eu cometo.”

Com essa capacidade de descobrir os caminhos da rede, Roberto acabou por desempenhar, muitas vezes, o papel de professor para ensinar o uso da Internet às suas filhas e à sua mulher:

“A internet, o computador, o uso do computador (são temas de conversa entre os membros da família). Às vezes, criam-se momentos de ensino, de didática na família e momentos de tensão também.”

A sua filha menor herdou do pai a iniciativa de procurar aprender as funções da Internet. Mas até mesmo por não ter necessidade, ela não tenta descobrir além do que ela precisa para as atividades do seu dia-a-dia:

“Eu não sou uma expert, até porque o que eu sei é porque eu fiz. Até já fiz um curso, mas já está ultrapassado. (...) Eu vou até onde eu necessito.”

A família Silva mantém um contraste: enquanto Gustavo utiliza muito a Internet para suas pesquisas sobre negócios, Marta pouco se interessa em aprender mais do que já sabe, como já foi relatado anteriormente. Gustavo também não fez curso e também se aproveitou dos recursos explicativos da própria Internet para iniciar seu aprendizado:

“Foi mais intuitivo. Não gosto de ir para curso, talvez deixe de aprender muita coisa por isso, mas o que eu preciso, eu vou lá e aprendo. Me falta

muitas coisas às vezes. Vou aos trancos e barrancos, por erros e acertos. Fui o primeiro a aprender em casa e de vez em quando dou uma de professor para minha mulher e minha filha.”

Para o casal Botelho, o aprendizado dos dois foi quase que simultâneo, já que os dois tinham acesso à rede antes de adquiri-la para a casa. Mônica já acessava da faculdade e pedia informações aos colegas quando necessário e também se conectava na casa de amigos. Já Eduardo, apesar também de ter contato com a tecnologia no trabalho, aprimorou o seu aprendizado quando instalou a Internet em casa:

“Fui aprender mesmo quando eu tive a possibilidade de acessar à Internet de casa. Na época, comprei muita revista para me informar. A minha maior dificuldade ainda é o inglês. Nunca fiz curso específico (sobre Internet). Com o Windows e o português (língua) fica bem fácil. Qualquer dúvida a gente vai nos sites de ajuda.”

3.4.2 O que eles vêm na rede

Todos os quatro membros da família Castro se utilizam dos recursos da Internet para fazer atividades do dia-a-dia. No entanto, é o pai e a filha mais nova que mais acessam à Internet. Os usos diferem de acordo com o gosto e com a necessidade de cada um. Roberto acessa mais a Internet em busca de assuntos ligados à sua atividade profissional, pois encontra na Internet uma fonte de dados que o faz estar bem informado em pouco tempo. Informações estas que são imprescindíveis para o seu bom desempenho profissional:

“Eu já tenho alguns sites que me interessam, como por exemplo, noticiários. Eu pesquiso o jornal ‘O Povo’ todo dia pela manhã. Então, eu não leio o jornal na íntegra, principalmente porque eu sou muito ocupado, então logo cedo, durante a semana, eu tenho a rotina de sites que eu procuro. Então, eles já estão lá marcadinhas e geralmente são sites de notícia, sites de pesquisa, por exemplo, na área evangélica, sites na área de administração, (...) de liderança também.”

Quando perguntado há dois anos se a sua filha mais velha também costumava acessar à Internet, o pastor lamentou que, apesar dela ser universitária e tem muitos temas para pesquisar, ela utilizava pouco e previu que, com a necessidade do curso, ela acabaria acessando mais. A previsão do pastor se tornou realidade e hoje a filha mais velha é também uma usuária assídua da rede. Ela descobriu o universo de informações na rede que podem ajudar nos trabalhos da faculdade. O potencial educacional da Internet é seu principal motivo para acessar:

“Ela tem utilizado muito porque agora ela faz pesquisa. Ela fez uma pesquisa agora sobre o uso do aspartame. Então, isso tomou muitas horas de pesquisa na Internet para coletar material e olhar os trabalhos feitos em outras universidades. A necessidade fez com que ela fosse para o computador. Como ela é muito artista, (...) ela não é muito de ir para a Internet para reflexão. A outra (filha mais nova) já tem essa cabeça, mais de reflexão, mais para pesquisar, até independentemente do que a escola esteja pedindo ou não. A mais velha não tem esse perfil, mas ela hoje utiliza por necessidade e utiliza bem.”

Há também dois anos, quando a filha mais nova de Roberto foi entrevistada sobre o seu acesso à rede, ela manifestou que o seu uso era restrito às pesquisas do colégio e que não utilizava muito as outras funções da rede. Hoje, apesar de usar a Internet para o mesmo fim, ela admite que está mais familiarizada com a rede e aumentou o seu uso porque passou a conhecer mais o que a rede pode oferecer de seu interesse:

“Eu continuo usando mais para a pesquisa, dependendo do que está me interessando no momento. Jornal, revista, eu não leio, não. Eu continuo usando também para pegar receita. É a maneira mais fácil. Às vezes tem que anotar, eu vou lá, acesso e tiro. Aumentou (o uso), porque aí eu criei o meu próprio endereço e também comecei a falar no ICQ. Acho que fiquei mais familiarizada. Falar com os amigos com esse negócio de entrar no ICQ, com a minha tia que mora longe. Até quando eu viajei pra poder falar com os meus pais.”

A mulher de Roberto, Carla, que é dona de casa tem o uso da Internet mais direcionado às tarefas do lar. O seu uso reduzido da Internet, provavelmente, é afetado pela escassez de tempo para a realização de suas tarefas. As suas atividades na rede são bem direcionadas e objetivas. No entanto, pesquisas mostram que o número e o interesse das mulheres pela rede está aumentando. Nos Estados Unidos, essa realidade já existe e a Internet já é predominantemente feminina. Segundo a revista *Veja*, de dezembro de 1999, no Brasil, até o final do próximo ano, as mulheres serão metade dos usuários do universo virtual:

“Criada por homens, fechados em seus laboratórios, a rede está cada dia mais feminina. Em 1994, as mulheres eram apenas 5% dos usuários do mundo e em 2002 chegarão a 60%. No Brasil já são quase metade da população conectada.”⁽³⁾

Carla também ainda não descobriu o que inúmeras mulheres em todo o mundo estão encontrando na Internet. Um mundo de serviços que pode facilitar o dia-a-dia da dona de

casa. Fazer compras, ir ao banco, pedir comida, encomendar flores, reserva de passagens aéreas, agora todas essas atividades e muitas outras são possíveis através do comércio eletrônico e sem que o consumidor precise sair de casa. Mas para Carla, a Internet ainda não é o lugar de se fazer tudo isso:

“Ela usa muito pouco, mais para checar um e-mail que tenha sido enviado para ela ou para conversar com a irmã que está lá na Holanda. (...) A minha esposa é profissional do lar, ela vive para nossa casa. Então, ela é muito ativa, porque quando ela vai para a Internet, vai pra coisas relacionadas à casa, pesquisar tal produto, se está disponível uma receita disso ou daquilo, então ela entra pra pesquisar.”

Por sua atividade empresarial, Gustavo Silva vê a Internet como um instrumento em potencial para lhe trazer retorno financeiro. A preocupação de Gustavo de estar sempre acessando à rede para se manter informado dos negócios que são do interesse dele, são condizentes com os cálculos feitos pela consultoria Forrester Research que refletem que 85% dos negócios on-line nos Estados Unidos, em 1999, serão concretizados entre empresas. São 109 bilhões de dólares e a previsão é que esse valor chegue a 1,3 trilhão dentro de quatro anos. (4) O Brasil também vem tendo um crescimento vertiginoso, já que com a Internet, o mundo perdeu as fronteiras. Mesmo sem fazer contas astronômicas, Gustavo sabe que a Internet é um mercado que está crescendo a cada dia e representa novas possibilidades de negócios. Ele se sente mais capacitado no ramo por estar em contato mais rápido com informações que, fora da Internet, por revistas ou jornais, levaria mais tempo para conseguir:

“A Internet basicamente eu uso para fazer pesquisas de negócio. Já fiz inclusive duas importações usando o computador, sem sair de casa. Eu não uso para o lazer, eu não tenho lazer nela.”

Por considerar a Internet lenta demais, a mulher de Gustavo não tem disposição para acessá-la depois de um dia de trabalho. Hoje, porém, com a qualidade dos equipamentos vendidos e a melhoria na qualidade dos provedores de acesso, é cada vez mais rápida a conexão e os congestionamentos de linhas menos frequentes. Mas a Marta parece ser aquele tipo de usuário que ainda não encontrou na rede algo que realmente chamasse a atenção dela, talvez por pouca prática com as ferramentas de busca ou mesmo falta de curiosidade e paciência para procurar:

“Ela (a esposa) usa pouco. Mais para mandar e-mails para a irmã dela que mora nos EUA. Acho que porque ela se frustra um pouco mais do que eu quando ela acessa. Você tem que ter muita paciência para usar a Internet e ela dá muitas aulas e chega em casa cansada.”

A filha do casal Silva, de apenas 7 anos já usa a Internet para se comunicar com a prima que está morando em outro país. Já é uma usuária precoce da tecnologia. Ela nasceu vendo a Internet como uma espécie de eletrodoméstico dos seus pais e agora começa a utilizar os seus recursos para a comunicação e para auxiliá-la nas tarefas escolares. Ela é uma das crianças de uma geração high-tech, privilegiada, com o universo de informações disponíveis da Internet ao alcance de seus cliques.

Hoje em dia, mais escolas estão oferecendo aos seus alunos o acesso à Internet e isso acaba se materializando como um fator de competição. “Computador e Internet na sala de aula nas mãos de professores treinados são um poderoso instrumento de ensino.” É o que diz a edição especial da revista Veja sobre vida digital, de dezembro de 1999. Os Estados Unidos, como não poderia deixar de ser, já estão na frente na associação da Internet à educação. Em 1996, o governo americano gastou 2,2 bilhões de dólares para conectar todas as escolas públicas e privadas. No mesmo ano, o Brasil anunciou que compraria 100.000 computadores para instalá-los nas escolas públicas do país. Depois de quase quatro anos, os EUA estão a 10% de conectar todas as suas escolas. No Brasil as escolas privadas tiveram a iniciativa de se conectarem. Seis em cada dez, no ensino médio, dão acesso à rede mundial a seus alunos. Mas a rede pública está quase na estaca zero. Poucos computadores novos foram instalados e, deles, só 10% estão on-line, ainda no ensino médio.(5)

A Internet pode não ser um fator determinante para o bom desempenho de um aluno, mas o número de informações de universidades, de escolas, de jornais e de revistas de renome que podem ser utilizados como fontes de pesquisa, paralelo ao ensino tradicional, pode vir a ser na prática um dado de diferenciação de desempenho entre os que têm e os que não têm acesso à Internet. Gustavo sabe dessa possibilidade e reconhece o valor educativo da Internet, quando bem usada:

“Ela (a filha) usa pra mandar e-mail para prima dela que mora nos EUA. Ela escreve umas mensagenzinhas e manda. Ela usa mais para mandar e-mail e fazer pesquisa da escola. Geralmente quem faz sou eu (as pesquisas). Eu estou tentando mostrar a ela como se faz.”

Contradizendo muitas pessoas que acham que a Internet é para os jovens, o sogro de Gustavo se sentiu atraído pelo mundo de informações na Internet e foi buscar na rede informações sobre o assunto de que ele mais gosta. A Internet vem demonstrando a cada dia que tem assuntos interessantes para qualquer um que queira se aventurar no seu espaço virtual:

“Meu sogro tem 67 anos e tá entrando. Ele tinha o maior medo de computador e hoje em dia, ele está fazendo pesquisa, já está olhando. Ele foi para os EUA agora e lá ficou muito tempo em casa e aprendeu muito a mexer no computador. Ele gosta muito de acessar novidades em eletrônica, que ele gosta muito.”

Para o casal Botelho, o uso da Internet também está ligado às suas atividades profissionais. É interessante mencionar que o acesso de Eduardo à Internet mudou substancialmente, tanto pelo número de horas que ele acessa quanto pelas atividades que despertam o interesse dele. Como há dois anos, Eduardo trabalhava em regime de plantão de 24 horas e ficava 96 horas de folga, ele utilizava esse tempo para ficar até dez horas por dia na Internet. Nesse tempo, ele buscava desde informações de jornais, da sua área de trabalho (Direito) até o uso das salas de bate-papo. Hoje, como Juiz de uma cidade do interior do Ceará, Eduardo só usa a Internet quando vem a Fortaleza de quinze, em quinze dias e pelo pouco tempo que tem, foi obrigado a mudar seus hábitos na rede, tendo que otimizar seu tempo escolhendo assuntos que eram mais importantes para a sua profissão:

“Fiquei mais seletivo devido ao tempo reduzido. Não uso mais o MIRC, aqueles bate-papos informais, não uso. Fiquei limitado basicamente à leitura de jornais, revistas e sites jurídicos. Acho que o fato de você ficar muito tempo na Internet acaba levando você a desvendar muitas coisas lá dentro, mas também você acaba consumindo muitos produtos descartáveis.”

Mônica por estar morando em Fortaleza e ter o computador somente para ela, utiliza mais a Internet e pode dispender, além das pesquisas da faculdade, de algum tempo para a diversão na rede:

“Ela usa muito para pesquisa, mas também se diverte. Gosta muito de ficar pegando texto de música, aqueles programas de ‘videokê’ que existem na Internet, que são muito interessantes também. Ela brinca mais um pouquinho, pois tem um uso mais amplo.”

3.4.3 O acesso ilimitado das crianças à Internet preocupa os pais?

As famílias escolhidas nessa análise tem características muito diferenciadas, mas como pais e para a família Botelho, futuros pais, todos eles se mostram preocupados com o acesso de seus filhos à Internet, mas tem soluções diferenciadas para essa questão. Roberto e Carla foram os pais que mais se mostraram tranquilos com o contato de suas filhas com o conteúdo da Internet. A razão para essa tranquilidade, pode ser explicada pelo fato de suas duas filhas já serem quase adultas e terem um maior discernimento em relação ao conteúdo das informações que procuram na rede. Outro fator reconfortante para os pais é a confiança que eles têm na educação dada a elas. Outro fato condicionante do uso que as meninas fazem da Internet é a religião ao qual elas pertencem e que conduz as suas ações de acordo com as normas estabelecidas pela igreja. A figura do pai como pastor torna os ensinamentos da religião evangélica muito mais presente no cotidiano da família e aquilo que vai de encontro a eles é logo descartado:

“A gente é muito privilegiado nesse sentido dado o nível de consciência que elas têm, a confiabilidade. Eu não checo. Eu sei que elas são super criteriosas na utilização e nunca tive problemas nesses bate-papos que elas têm às vezes com os amigos da igreja, porque agora eles têm um canal exclusivo da igreja. (...) Aqui em casa a gente não tem tido problema com a má utilização do computador, nem em relação ao tempo.”

Apesar de não interferir no uso que as suas filhas fazem da Internet dentro do seu lar, o pastor Roberto admite que faz uma espécie de monitoramento esporádico do canal de bate-papo que elas e outros jovens da igreja participam com o intuito de orientá-los. É o papel de pai e líder espiritual que se mistura no uso da Internet:

“Todo o grupo da igreja acessa, conversa, troca idéias e eu mesmo pessoalmente tenho entrado nesse canal deles, eu faço parte da lista deles, então aqui e acolá eu entro pra dizer: ‘Ói, tem uma coisa rolando aí que não tá muito legal, então olha isso.’ Então, eles respeitam e eles têm um propósito para usar (a Internet).”

A filha mais nova de Roberto confirma que os pais não se preocupam com o que ela e a sua irmã mais velha vêm na rede, pois a confiança que eles têm nelas ultrapassa qualquer preocupação:

“Meus pais confiam. Eles sabem que se eu de repente bater num negócio que eu vi que é um site que só tem besteira, tem pornografia..., eles têm confiança de que eu não vou acessar isso e que eu vou sair. Acho que isso foi uma coisa da educação e que aí eles confiam que, quer seja no computador, quer seja na televisão, quer seja em qualquer lugar, eu sei os meus limites conforme o que eu aprendi. Então, fica livre mesmo, fica à minha escolha.”

O que acontece com a família Castro, porém, não é muito comum nas famílias que possuem filhos que têm acesso ilimitado à Internet. A maioria dos pais fica preocupado com o que os seus filhos estão acessando na rede enquanto eles estão no trabalho e não estão em casa. Eles têm medo que as crianças acessem assuntos muito delicados como sexo, drogas, racismo etc numa idade muito precoce para compreender esses temas e ainda de uma forma grosseira e prejudicial para o desenvolvimento da criança. Os pais se sentem apreensivos quando surpreendidos por essas situações e não sabem como resolvê-la, pois temem que uma bronca ou uma dura proibição acabe piorando ainda mais o mal já causado. Gustavo e Marta ainda não pensaram nessa possibilidade, pois consideram a filha ainda muito pequena e porque ela acessa pouco a rede, mas como muitos pais, eles ainda não pensaram em uma forma de orientar o que a filha deles venha a acessar na Internet:

“Eu acho que nessa idade ainda é muito cedo, talvez lá para os 10, 12 anos seria uma idade para se preocupar. Eu acredito que daqui pra lá já deve existir alguma coisa pra monitorar, como existe já para a televisão. Sendo um negócio que ela visse uma vez ou outra, algo periódico, não teria problema, não. Agora uma coisa doentia... Mas eu teria preocupação se ela tivesse vendo coisas que eu não gostaria que ela visse.”

Gustavo e Marta preferem pensar que a própria máquina possa, através de programas, coibir o acesso da filha a sites que eles não gostariam que ela visse. Essa preocupação ocorre porque os dois trabalham fora e temem que a filha, enquanto sozinha em casa, acesse na rede páginas com temáticas que eles não acham adequadas para a idade dela. A verdade é que enquanto a criança é pequena, esses programas são mais eficientes, mas quando a criança vai ficando mais velha, ela vai começando a contestar esse controle e os pais se vêem novamente na mesma situação de não saberem o que fazer. Para o casal Botelho que não tem filhos, a preocupação já existe, mas a dúvida ainda persiste. As alternativas estão presentes no relato de Eduardo sobre o que ele considera as soluções mais convenientes nesse tipo de situação:

“Alguns sites precisavam ter um mecanismo de controle. Eu não acho que seja saudável para uma criança de 7, 8 anos estar entrando naqueles sites de conotação sexual, que não são educativos e tratam o sexo de uma forma grosseira, brutal, ‘deseducativa’. (...) Como pai, não sei como eu faria para controlar isso. Acho que quem trabalha com a Internet tem que pensar nesse assunto de extrema gravidade. Pela forma que a Internet está entrando na vida das pessoas, e como as pessoas a utilizam de forma cotidiana, é um processo educacional. Você aprende e desaprende muito com ela, você se informa e se desinforma ao mesmo tempo. É bom que os educadores repensem o uso ilimitado pelos menores da Internet. Devem ter mecanismos para coibir ou inibir que (as crianças) tenham acesso facilmente a esses sites de conteúdos muito ruins para a educação de uma criança. Os pais devem, talvez, encontrar um meio de mostrar que não vale à pena e conferir o que eles estão acessando e começarem a conversar. Talvez seja até melhor do que proibir. Talvez isso não seja suficiente. Quem faz a Internet deve ter essa preocupação. Talvez um órgão ligado ao Estado fosse bom para criar mecanismos de senha e dificultar que pessoas com menos de 18 ou 16 anos pudessem acessar a esse tipo de coisa.”

O que se pode verificar é que a dúvida está instaurada e se a Internet vem surpreendendo os seus usuários com situações inusitadas a cada dia, os pais estão também assustados com esse tipo de questão para resolver no ambiente de seus lares.

3.4.4 O senso crítico da família em relação ao uso da Internet

Como o processo de “domesticação” da tecnologia no ambiente cotidiano da família é um processo de negociação entre a própria tecnologia e sua utilidade e as expectativas e referenciais dos membros da família, num universo de informações ilimitado como o que oferece a Internet, é claro que as famílias exercem o seu senso crítico para perceber os aspectos positivos e negativos no uso da rede.

Para Roberto Castro, a disponibilidade de todo tipo de informação na Internet é uma ameaça à crianças e aos jovens que podem acessar esse conteúdo sem qualquer tipo de orientação que os faça compreender as temáticas, e teme que isso acabe sendo prejudicial para o desenvolvimento saudável desses jovens:

“Apesar da chamada democratização da informação, uma das grandes desvantagens é que você disponibiliza indiscriminadamente todo tipo de informação. Você não tem critérios, aí quando você não tem critérios, você pressupõe que todo mundo seja maduro pra discernir a boa da má informação, ou seja, o certo do errado. Por exemplo, na questão da pornografia, você tem adolescentes e crianças entrando na Internet e vendo coisas que eu acho que elas não estão presparadas para isso e eu acho que não há preocupação. Em nome da liberdade total, da não

censura, da não discriminação, a gente acaba fazendo da Internet uma arma destruidora.”

Como o acesso de Gustavo na rede é prioritariamente para uso em seus negócios, ele reclama da ausência de um mecanismo eficiente que ateste a veracidade das informações que estão na rede:

“A falta de credibilidade nas informações é uma desvantagem, muitas vezes. Muita gente usa a Internet como meio de comunicação, mas ela não é aceita como documento oficial, o contato tem que ser por fax ou contato telefônico.”

Já Eduardo, assim como o pastor Roberto, defende como a principal desvantagem da Internet, o acesso fácil que crianças podem ter ao conteúdo de suas informações, sem o auxílio dos pais, e que acabem trocando as tarefas diárias, como estudar e brincar, para ficar na rede, acessando informações de má qualidade:

“Tem muito lixo na Internet, que acaba interferindo na formação da criança. A criança fica muito absorta com aquilo, deixa de ler. Eu acho que a Internet é um esquema de aprendizado bem superficial mesmo.”

3.4.5 A Internet como tema para conflitos

O nível de interação entre a Internet e o seu usuário depende basicamente de três fatores: da facilidade de acesso, da competência do usuário e, principalmente do desejo que ele tem de acessar à tecnologia. Na descrição do uso que os membros de cada família fazem da Internet pudemos identificar o grau que cada um tem desses fatores. Como consequência, quando um componente da família usa por mais tempo a rede, podem sobrevir alguns pequenos conflitos familiares que tentam se moldar ao uso que todos da família têm direito e ao uso que cada um quer fazer da nova tecnologia.

Para a família Castro, o conflito praticamente não existe. Como Roberto tem mais habilidade na utilização da rede e precisa dela para o trabalho, ele a utiliza mais. No entanto, o fato dele possuir um laptop e um outro computador no escritório da igreja, onde trabalha, evita que haja um conflito por causa do uso do computador. A Internet está à disposição de acordo com a necessidade e a prioridade do momento. Mas ele admite que às vezes a falta de habilidade das filhas e da esposa com a máquina, leva-os a ter alguns aborrecimentos, mas que são logo solucionados com recursos que vêm da própria Internet:

“Às vezes há momentos de tensão com a Internet, o da bronca porque não funciona direito, porque travou, porque saíram e deixaram ligada. Mas hoje você tem programas até da própria Internet que você programa o computador para desligar automaticamente se passado um determinado tempo sem a sua utilização. Eu uso e ele desliga sozinho, que é uma coisa incrível.”

Quanto à interferência da Internet no convívio familiar, ao ponto de atrapalhar a relação entre os seus membros, essa situação não ocorre na família Castro, devido ao grau de conscientização que a própria família tem da importância do seu convívio, sem a interferência de qualquer fator. Talvez consciência essa mais ressaltada devido à religião dos mesmos:

“Ela (a Internet) interfere sim. Agora aqui no nosso caso, eu acho que é um caso um pouco peculiar, porque nós temos como princípio a valorização da família antes do trabalho, antes do lazer, antes de qualquer outra coisa e do meu próprio trabalho. Então, se eu estou trabalhando no computador e minhas filhas têm alguma coisa pra me dizer, eu páro o que eu estou fazendo e vou dar atenção à elas, à alguma necessidade de conversar, até de sair com a minha esposa, essa necessidade aparece e eu sou capaz de deixar, mas isso é por conta de um princípio maior que antecede essa questão do computador. Mas que ele interfere, interfere. Porque você de fato fica preso a aquilo ali, você se desliga, o tempo passa, o dia passa e você percebe realmente que o tempo passou lá fora. Você deixa muita coisa.”

Para a família Silva, o conflito por causa da Internet já ocorreu a cerca de dois anos, quando tivemos o primeiro contato com o casal. Gustavo relatou na época que, por questões econômicas, ele utilizava a Internet mais tarde da noite, quando a tarifa telefônica é reduzida e Marta reclamava das longas horas que o marido passava em frente à tela do computador navegando na rede e não estava com ela. Hoje, Gustavo afirma que as reclamações de Marta por causa da Internet diminuíram por que ele está mais criterioso quanto aos horários que fica na rede e que fica na companhia da mulher. Ele adequou o uso da Internet aos seus horários de folga e continua utilizando a rede à noite. Mas por perceber que estava ficando menos tempo com a esposa por causa do uso acentuado da tecnologia, agora ele tem a preocupação de fazer mais companhia à mulher, que está grávida. É curioso saber que há dois anos, na época da primeira entrevista, a família Silva tinha somente seis meses de acesso à Internet e hoje com quase três anos convivendo com a Internet tanto Gustavo quanto Marta já vêem a presença da Internet em suas vidas com mais naturalidade.

Mais foi a mulher que fez Gustavo perceber que estava colocando em segundo plano o convívio familiar por causa da tecnologia:

“O conflito com ela está menor. Ela se acostumou um pouco. Ela reclama menos. Eu acho que eu fiquei mais próximo dela, então ela reclama menos.”

Conflito semelhante ocorreu com o casal Botelho também há dois anos, pois Eduardo chegava a ficar quase dez horas por dia na rede. Ele admitiu que às vezes não tinha vontade de sair por estar muito absorto com a navegação virtual. Mônica, que na época trabalhava dois expedientes, reclamava muito da ausência da companhia do marido quando eles estavam em casa. Hoje que Eduardo mora no interior e não tem acesso à Internet lá e Mônica vive em Fortaleza e ficou com o computador conectado, a situação ficou mais amena, pois ela começou a usar mais o computador, por estar estudando e não ter mais que concorrer com o marido para utilizá-lo e ele, no pouco tempo que tem quando vem a Fortaleza, tem maior preocupação de usufruir da companhia da mulher. O uso da Internet se adequou à realidade do casal, o que gerou a inversão de intensidade do uso entre o casal. Agora Mônica utiliza mais a Internet, por necessidade (para pesquisas da faculdade) e por ter a Internet disponível para o seu uso. Já Eduardo por não ter mais o acesso livre à tecnologia e nem mais todo o tempo que tinha há dois anos, diminuiu o contato com Internet e teve que otimizar o seu tempo em Fortaleza para realizar as tarefas que considera mais importantes:

“Hoje não acontece mais. Ela reclamava por eu usar muito a Internet e ficar pouco tempo com ela. A realidade tornou essa questão já superada. A nossa realidade. Só temos um computador, mas não existe conflito. É a questão de prioridade. Não discutimos tempo e horários de acesso. Quando um está com vontade, é livre.”

3.5 Conversão da Internet

A etapa da conversão define a relação da família e o mundo exterior e, neste caso, confere à Internet o papel de transferir para a família status junto à vizinhança, ao local de trabalho, aos grupos de amigos e à sociedade em geral.

Como pastor de uma igreja evangélica, Roberto descobriu que a Internet pode ser um meio muito útil para a divulgação das informações relativas à religião, não só para o

público evangélico. Quando entrevistado em 97, Roberto tinha criado há um ano uma home-page para a igreja:

“Para nós ela tem a função de disponibilizar toda a informação que a gente tem como igreja. Nós somos uma igreja batista e uma igreja que está na ponta em relação a sua organização interna e a algumas propostas de mobilização de voluntários. Então, como é uma igreja que foge aos moldes mais tradicionais, a Internet tem servido para que as informações existentes em relação ao movimento interno da própria igreja, esteja disponibilizado a pessoas de vários locais.”

Hoje, depois de três anos de funcionamento da página, Roberto faz um balanço positivo da iniciativa e se preocupa em expandir a funcionalidade da home-page:

“Nós estamos atualmente num processo de reformulação da nossa home-page, reformulação total. Porque nós estamos defasados e, obviamente, o serviço foi prestado ao longo destes três, quatro anos e muito utilizado. Apesar da gente sempre achar que está precário, que está devagar, que deveria ter mais informações, as pessoas têm utilizado. Hoje nós temos um link com uma página americana, onde as pessoas tem disponível serviços, compra de livros, de CDs evangélicos (...). Você encontra tudo que uma igreja pode disponibilizar. Nós estamos inseridos nesse site e o nosso site brasileiro vai fazer parte também parte desta mesma estrutura, deste esqueleto de serviço para oferecer ao usuário muito mais do que nós temos oferecido. (...) Uma grande novidade é que nós estamos atualmente transmitindo, em caráter experimental, nossos cultos via Internet. Pra ver como evoluiu. Nós tínhamos um site estático e hoje, se você for a um determinado endereço às 18 horas do domingo, você vai participar do culto.”

Diferente do que se poderia pensar, a igreja de Roberto vem se utilizando da tecnologia para divulgar a sua crença. O uso do potencial interativo da Internet vem ajudando a igreja a atrair a atenção de pessoas de todo o mundo e de todas as outras religiões:

“Nós entramos num diretório que não é um diretório evangélico, a gente não está lá só para atrair os evangélicos e nesse dia (num dia de culto) foi interessante porque alguém entrou e obviamente eu estou pregando, eu não posso dialogar, mas eu tinha a minha equipe lá no computador e nós víamos pelo monitor toda uma família sentada assistindo ao culto e interagindo com a gente pelo computador. Da mesma forma, um outro rapaz também, eu acho que ele era do Rio Grande do Sul, entrou e (...) conversou com o pessoal, dialogou sobre a questão da fé, (...) fez perguntas muito pertinentes e a gente procurou responder sobre Jesus, sobre a fé, sobre igreja. Então, existe essa interatividade e hoje nós temos uma equipe preparada para (...) qualquer tipo de pergunta que venha a surgir no decorrer da transmissão.”

Para a comunidade evangélica da qual Roberto faz parte, a Internet deixou de ser uma ameaça e passou a ser uma aliada na propagação da sua fé também no mundo virtual. Para sua filha mais nova, saber mexer na Internet é estar atualizada com as novidades, pois todo mundo fala dela. É fazer parte de um grupo privilegiado e se identificar com a maioria dos seus amigos que também a usam:

“A Internet hoje em dia é bem falada. Você vai a um canto, aí tem coisas sobre Internet. Eu acho que as pessoas que não sabem mexer na Internet, elas ficam meio envergonhadas, não sabem como é que mexe. Eu vejo lá no colégio, aula de informática mesmo, sem ser Internet. Tem gente que não sabe nem como ligar o computador. Eu acho que essa é a grande diferença, passa por um pouquinho de vergonha, às vezes de não saber.”

A jovem reconhece que o acesso à Internet não determina que ela esteja mais informada do que as outras pessoas que não têm a tecnologia, mas admite que a Internet é um agente facilitador:

“Não é crucial para estar bem informado, porque você tem maneiras, tem livros, tem coisas que te beneficiam, mas eu acredito que quem não tem Internet fica um pouco para trás no sentido da facilidade das coisas. Eu não sei até que ponto a pessoa é desinformada porque não tem Internet. Aí eu acho que a gente não pode chegar a esse exagero, mas que ela perde um pouco, perde.”

Outro recurso que a jovem não utilizava há dois anos e passou a usar foi as salas de chats. Falar com amigos e parentes através da rede acabou se tornando uma alternativa mais barata de comunicação e uma ferramenta para manter contato. A Internet acabou por ser mais um meio para falar com os amigos já conhecidos, mas não para conquistar novas amizades:

“Eu passei a usar quando eu viajei e passei dois meses fora e era a maneira de eu falar com os meus pais. Pelo telefone era caro. Então, foi aí que eu comecei a usar e foi a maneira mais fácil de me comunicar e a mais barata.”

“Não tem pessoas que eu só conheça através do computador, não. Os meus amigos (pela Internet) eu tenho contato extra computador, vamos dizer assim. Então, não acrescenta muita coisa, mas facilita. (...) Acho que de qualquer maneira acaba ficando mais fácil porque você fala mais com as pessoas, tem uma maneira de ter um contato maior.”

Gustavo usa muito a rede para tentar melhorar os seus negócios e acha que isso o beneficia na sua profissão como empresário, apesar de saber que precisa aprender mais sobre o mundo virtual para investir e conseguir retorno financeiro através dele:

“Eu não me acho melhor informado do que quem ler jornal, mas tudo está lá na Internet. Ela me dá um leque de opções muito grande de informação, mas na parte comercial, sem dúvida, eu sou. Hoje eu tenho condições de checar tudo pela rede.”

“As informações de mercado que eu tenho na rede ainda não trouxeram um benefício financeiro expressivo para mim. Mas não tem nada a ver com a Internet e sim, com a minha parte comercial e os meus erros.”

Para o casal Botelho, a Internet representa uma ferramenta de estudo que beneficia o desempenho de Eduardo e Mônica nas suas profissões. Para Mônica, as atividades da faculdade levam muito menos tempo com o auxílio da pesquisa pela Internet e para Eduardo, o seu bom desempenho como juiz depende, em muitos momentos, das informações atualizadas e fundamentadas que ele encontra na Internet e de manter contato com órgãos e colegas na área de Direito que mantêm informações na rede. As informações precisas e em tempo real que ele acessa em páginas oficiais de Direito, como a do Supremo Tribunal Federal, acabam por legitimar as decisões jurídicas que Eduardo toma em seu trabalho, dando assim, mais segurança no desempenho de sua atividade profissional:

“A Internet ajuda. Hoje todas as decisões judiciais são colocadas na Internet com uma rapidez muito grande. É uma fonte de pesquisa que eu uso muito. O Supremo Tribunal Federal, por exemplo, coloca todas as decisões e fundamentações dos ministros na Internet. Eu sempre estou utilizando isso nas minhas fontes de pesquisa de jurisprudência. (...) Pra gente que trabalha longe – eu trabalho numa cidade distante 540 km de Fortaleza) – onde as publicações demoram a chegar 3, 4 meses depois, pela Internet, no dia seguinte, você já pode ter acesso. É uma tranquilidade saber que você pode julgar e decidir um caso em consonância com o que pensam os principais tribunais do país e você não está dando um voto baseado numa decisão ultrapassada. A Internet dá essa possibilidade de você fazer esse acompanhamento dos principais tribunais do país.”

3.6 As famílias e a influência da Internet no cotidiano

Como já foi dito anteriormente, a Internet parece ter certo poder de interferir na rotina da vida de seus usuários, mas essa influência também é modelada pelas famílias e por suas características próprias. Elas também têm consciência daquilo que vem mudando em suas vidas por conta do acesso à rede mundial de computadores. O computador e a

Internet acabam por ocupar não só um lugar físico na casa, mas principalmente um valor simbólico na vida social da família. A família Castro, consciente dessa influência, confirma que a Internet conquistou uma representação simbólica muito forte no dia-a-dia da família:

“Eu acho que a Internet hoje, é fundamental em tudo que se faz no mundo. Na família, obviamente, no nosso caso, tem tido uma grande influência, tem sido um fator muito facilitador porque a gente aprendeu a usar bem a Internet. (...) Nós achamos que a Internet tem influenciado muito às nossas vidas e tem feito parte da nossa rotina. Se estabelece um esquema de horário em cima da Internet. (...) Mas eu acho que poderia ser muito mais proveitosa a Internet na vida familiar se nós pudéssemos melhorar a oferta de serviços aqui (...).”

Gustavo admite que também montou a sua rotina em cima da inclusão da Internet no seu cotidiano e estipulou horários para acessá-la conforme à sua disponibilidade:

“Eu tenho que ter o meu tempo com a Internet e o meu espaço. Criou um hábito. Todo dia de manhã eu ligo a Internet, vejo os meus e-mails. Meio-dia, chego em casa e antes de almoçar, ligo o computador, acesso aos meus e-mails, vejo se tem alguma coisa importante que eu tenho que responder. À noite, ligo e mando alguns e-mails e me dedico um pouco mais porque eu penso melhor à noite que o clima que é mais ameno.”

Para Eduardo e Mônica, a Internet vem facilitando cada vez mais a vida das pessoas que têm acesso a ela. A Internet possui inúmeros serviços que ajudam no desempenho das atividades rotineiras do cotidiano e ele e a esposa usufruem dessas facilidades para facilitar o desempenho das atividades do dia-a-dia:

“Acho que houve um grande avanço. Há uma preocupação na sociedade de colocar a Internet como um meio de discussão, um meio de facilitar a sua vida. Qualquer coisa que você vai fazer hoje tem sempre uma opção de se fazer pela Internet: compras, operações bancárias, jornais, publicações; tudo se pode fazer na Internet. Uma das primeiras coisas que se preocupam, se não a primeira, é colocar a informação disponibilizada na Internet. Houve um avanço e o Brasil está acordando para isso, todo o mundo está ligado e sabendo que o meio mais rápido de comunicação é a Internet.”

A negociação do uso da Internet no ambiente doméstico dessas famílias é um processo dinâmico e que obedece à estrutura interna da família (com seus referenciais) e sofre também a influência de fatores externos (como amigos, trabalho, comunidade).

Para alguns usuários, a Internet representa uma ferramenta fundamental para a capacitação profissional, para um novo tipo de sociabilidade e para a educação. Para outros, ela representa uma ameaça ao convívio familiar, à educação dos filhos e a hábitos como ler

livros impressos. No entanto, o que se observa é que muito o que se fala da Internet é exagero ou futurismo despropositado. Mas para as famílias entrevistadas, como para muitas outras, a Internet está se inserindo na rotina de seus lares e mudando progressivamente as suas vidas. As famílias vêm se ambientando a essas mudanças de acordo com o crescimento das potencialidades que a Internet vêm lhes oferecendo.

NOTAS

- (1) Dados consultados na revista *Veja – Vida Digital*, Edição Especial, ano 32, nº 51, dezembro de 1999, p. 87.
- (2) Dados Nua Internet Surveys (www.nua.org)
- (3) Dados da Pesquisa Internet Brasil, realizada pelo IBOPE em julho de 1999.
- (4) Dados consultados na revista *Veja – Vida Digital*, Edição Especial, ano 32, nº 51, dezembro de 1999, p. 22.
- (5) Dados consultados na revista *Veja – Vida Digital*, Edição Especial, ano 32, nº 51, dezembro de 1999, p. 73.
- (6) Dados consultados na revista *Veja – Vida Digital*, Edição Especial, ano 32, nº 51, dezembro de 1999, p. 33 e 34.

5. POSSÍVEIS CONCLUSÕES

As Novas Tecnologias de Comunicação e Informação, notadamente a Internet, tem despertado a curiosidade de leigos e estudiosos, mas por ser um tema muito recente, a pesquisas realizadas ainda são muito inconsistentes e fragmentadas. É verdade que o acesso à Internet e ao seu universo de informações tem influenciado variados estudos que pecam pelo excesso de futurismo, que a velocidade e a intensidade das mudanças no ciberespaço têm desmentindo.

Apesar de toda a glamourização em torno do acesso à Internet, comparada à população mundial, o número de usuários ainda é muito pequeno. O acesso se restringe a uma minoria privilegiada, com maior nível de instrução e renda. É possível notar, no entanto, que a Internet está cada vez mais presente no dia-a-dia das pessoas, para os usuários, de uma forma mais concreta e para os não-usuários através da publicização de suas ferramentas através das mídias e de alguns serviços como bancos e lojas.

A negociação entre indivíduo-família e nova tecnologia é um processo que depende dos seus referenciais culturais, desejos e necessidades, assim como das possíveis funções da tecnologia adotada. Pode-se dizer que, ao mesmo tempo em que a tecnologia molda o comportamento dos seus usuários, ela também é adequada aos desejos das famílias. Vários estudiosos já afirmaram que o uso de qualquer tecnologia disponível pode subverter a ordem pré-determinada. Luce Giard analisa o discurso de Michel de Certeau, em “a Invenção do Cotidiano”, sobre essa possibilidade:

“Obra inclassificável de um ‘jesuíta que se tornou caçador fora da estação legal’, (...) consegue a façanha de fazer do ato de ler, imagem da passividade para a maioria dos observadores e dos professores, o exemplo de uma atividade de apropriação, produção independente de sentido (...).”
(1)

Para as famílias conectadas, o processo de “domesticação” das novas tecnologias, particularmente a Internet, na rotina do cotidiano dos membros das famílias obedece a uma dinâmica interna da própria família, além de também sofrer influências de fatores externos. Para alcançar os objetivos deste trabalho que foram:

- analisar algumas das possíveis mudanças no cotidiano das famílias usuárias da Internet, em Fortaleza, para que compreendamos o processo de “domesticação” dessa tecnologia no espaço privado.

- compreender o cotidiano dos “conectados” fora do ciberespaço e dentro de casa, levando em consideração suas referências culturais,

percorremos o seguinte caminho: primeiro passo que tomamos nesse estudo foi analisar a pesquisa anteriormente realizada pelo Núcleo de Pesquisa em Comunicação e Informação, em 1997, com as entrevistas realizadas com 130 usuários da rede. Seleccionamos usuários que tinham uma maior percepção sobre o uso da Internet na rotina de seus lares.

Num segundo momento, escolhemos três famílias e elaboramos um outro questionário sobre o consumo da Internet por seus membros e ainda comparamos as respostas dadas há dois anos com as atuais. Adotando essa perspectiva, tentávamos encontrar possíveis mudanças no “uso” da tecnologia ao longo de dois anos. No capítulo destinado ao estudo de casos foi apresentado o ambiente doméstico das famílias e a formação educacional e cultural de cada membro, pois todos esses aspectos têm relevância e influência no uso feito por cada indivíduo.

O processo de consumo das tecnologias de comunicação e informação no espaço doméstico apresentado no terceiro capítulo foi analisado pela “economia moral” em seu nível macro e micro, para dar maior dimensão ao processo de “domesticção”. Silverstone argumenta que a domesticidade é um processo pelo qual nós nos apropriamos das coisas, sujeitando-as ao nosso controle, imprimindo e exprimindo nossa identidade. É também um princípio do consumo de massa, através do qual o produto é lançado publicamente no mercado. Em certo sentido, este produto já surge “domesticado”, e é esta antecipação de domesticidade incorporada à mercadoria que tentamos descobrir, junto com o papel dessas tecnologias em criá-la e sustentá-la.(2)

A primeira fase da dinâmica da “economia moral” do “lar”, a apropriação, demonstrou que a decisão de adquirir o computador e a Internet é uma ação discutida em família para se saber a utilidade do equipamento, as vantagens do seu uso, a relação custo-benefício etc. Quando os usuários escolhem um produto e o consomem, definem o que consideram valioso, assim como os modos que eles se integram e se diferenciam do resto da sociedade. Segundo Canclini, os meios eletrônicos fizeram com que as massas populares participassem mais ativamente da esfera pública da sociedade e o antigo conceito de cidadania, ligado à representação política e partidária, foi deslocado para as práticas de

consumo. (3) O consumo da Internet ressalta esse entrelaçamento entre cidadania e consumo. A opção de se adotar a Internet, de consumi-la está distante da idéia de um consumo irracional e alienado, pois o que se percebe é que a decisão é um processo discutido e pensado dentro da família, avalia-se quais serão os possíveis benefícios e malefícios para os indivíduos e para toda a família. Desvinculando o conceito de cidadania da política, Canclini questiona se o consumo não é, de certa forma, uma forma de exercer a cidadania. (4)

O acesso ao universo de informação que a Internet disponibiliza permite à princípio que os indivíduos tenham novas formas de entender as práticas sociais e culturais que dão sentido ao pertencimento e o exercício de ser cidadão. A dinâmica da rede acaba por transmitir ao cidadão a falsa sensação de que, através dela, ele exerce a sua cidadania. No entanto, os diferentes “usos” que cada indivíduo faz do conteúdo das informações são determinantes para o ser cidadão. Mas pelo crescimento vertiginoso da rede, também não podemos negar o seu potencial nesse sentido.

A objetivização demonstrou que a aquisição de um computador e da Internet é acompanhada de uma preparação tanto do espaço físico para receber a máquina, quanto dos membros da família. O lugar que o computador vai ocupar na casa dá a dimensão do propósito a que ele vai servir e da importância dada à máquina. Nas famílias entrevistadas, o lugar do computador era um espaço reservado ao estudo e ao trabalho.

À fase da incorporação foi dada uma maior importância exatamente porque foi a partir dela que percebemos que a Internet está aos poucos interferindo no dia-a-dia das famílias. Essa interferência apresenta-se com maior ou menor intensidade, de acordo com a importância e a utilidade que a Internet tem para cada membro e para a família como um todo. Com a Internet mais presente em muitas das atividades rotineiras da família, como o estudo, o trabalho e o lazer, algumas famílias têm se preocupado com alguns possíveis efeitos negativos para o convívio familiar, o crescimento dos filhos, a atividade profissional. O que mostra que as famílias estão atentas para a introdução da Internet em suas vidas, embora desconheçam algumas das consequências de seu uso no ambiente de seus lares.

O que se observou foi que ao adquirirem o serviço de acesso à Internet, os indivíduos têm uma empolgação para descobrir em pouco tempo todos os recursos do acesso ao

mundo virtual. O resultado disso são muitas horas na frente do computador tentando descobrir as possibilidades do uso da Internet. Depois desse primeiro momento, por uma restrição de custos ou tempo, notamos que as famílias procuram fazer o uso mais direcionado aos objetos de seus interesses. As entrevistas realizadas há dois anos relatavam um maior tempo de uso da Internet do que as de dezembro desse ano. Os usuários relataram que já estão mais “maduros” e experientes e perdem menos tempo na rede, pois sabem quais os caminhos a procurar para localizar uma determinada informação. Verificamos também que outras pessoas da família que não acessavam regularmente à Internet há dois anos, beneficiaram-se dessa otimização do tempo na Internet, pois tiveram também oportunidade de ter um maior contato com a rede. As possíveis explicações para que um membro da família utilize mais o acesso à rede do que os outros são que a Internet despertou maior curiosidade e interesse neles, eles dominam com mais eficiência os seus recursos e uma maior necessidade de acesso ou oportunidade.

O conteúdo que a maioria dos usuários vê na rede não modificou ao longo desses dois anos. A temática procurada na rede faz parte de seus interesses pessoais, foram poucos que admitiram que entram na rede sem saber o que procurar. A grande maioria afirmou que já entra na Internet com o assunto sobre qual quer procurar em mente. Mas o uso dos recursos da Internet, como e-mail, salas de chats, *downloads* são atividades que são procuradas quando surge interesse ou necessidade.

Para a filha mais nova do pastor Roberto, as salas de bate-papo há dois anos representavam um lugar de gente que não tinha o que fazer ou um local para falar besteira. Hoje ela admite que usa o bate-papo da home-page da igreja a qual pertence, pois lá tem um maior contato com seus amigos do dia-a-dia. Por estar num site que ela conhece profundamente e acessado por pessoas com as quais ela convive, ela agora utiliza o chat regularmente.

O potencial comunicativo da rede ficou mais visível ao longo desses dois anos. Duas das três famílias têm parentes fora do país e relataram que o contato com essas pessoas aumentou com o uso da Internet, pois antes uma ligação que era feita, por causa de fatores econômicos, com um tempo determinado e dias estipulados, agora é feita quase que diariamente através da Internet, com o benefício do pagamento de pulsos locais. O e-mail, outro recurso da Internet para a comunicação, tem virado um cartão de visitas para os

membros das famílias, que confere um certo status perante os amigos ou no trabalho. Com o aumento do número de instituições que têm home pages e endereços eletrônicos, os entrevistados afirmaram que ter um e-mail eletrônico é fundamental para ter acesso mais rápido a essas informações, além de ser um forma de contactar os amigos e ser contactado em qualquer lugar onde tenha acesso à Internet, sem precisar estar em casa.

Pelo seu potencial de informação, a Internet vem fazendo com que as famílias repensem algumas questões como a educação dos filhos, o convívio familiar, o relacionamento com os amigos. Todos os pais manifestaram, na primeira entrevista, preocupação com o conteúdo que a Internet disponibiliza às crianças e adolescentes. Hoje, essa preocupação ainda existe e eles ainda não encontraram a solução mais eficiente para essa questão. O problema não está na ignorância de alternativas para regular o uso das crianças, pois todos conhecem as opções de se usar programas de computador que regulem o uso das crianças ou regular eles mesmos o acesso de seus filhos a sites que não querem que eles vejam. No entanto, a grande questão é que o tema ainda é muito recente para os pais e eles buscam a melhor maneira de orientar seus filhos, sem tolir a liberdade e o direito à informação que os seus filhos têm.

Outra instituição tradicional na qual a Internet vem interferindo é na educação. Desde o primeiro momento da Internet, os entrevistados admitiram que um dos argumentos utilizados para o acesso foi a possibilidade de utilização da Internet para a busca de informações ligadas à capacitação profissional. Passados dois anos, os usuários perceberam que a Internet têm informações úteis não só para a profissão dos pais, mas também para ajudar na educação dos filhos. Aliada à educação tradicional, em escolas e com professores, o acesso à Internet, sob a orientação de um adulto, representa para as crianças um maior conteúdo de informação em um menor tempo, de uma forma muito mais excitante. O exemplo de Gustavo é um indício dessa mudança. Ele está ensinando à sua filha de 7 anos a navegar pela rede em busca de dados sobre as pesquisas escolares que ela tem que fazer. A pesquisa que, em livros poderia levar muito tempo e ainda não ser encontrada nos livros de casa, na Internet leva pouco tempo.

Outro aspecto em relação ao uso da Internet para a educação é que o mercado está cada vez mais exigindo pessoas capacitadas e atualizadas com as novas tecnologias e para

alguns especialistas, a intimidade com a Internet pode vir a ser um fator determinante na procura de uma boa posição profissional.

A presença da Internet nos lares tornou-se comum e alguns dos entrevistados mencionaram que ela já faz parte das atividades do dia-a-dia. Para o pastor Roberto se estabelece “um esquema de horário em cima da Internet”, pois o seu acesso passou a ser fundamental para a sua família. Para Gustavo, para satisfazer a um pedido da esposa, a Internet foi parar dentro do próprio quarto. Progressivamente, a Internet vem ocupando tanto um lugar privilegiado nas casas quanto na rotina das famílias.

Quanto à fase de conversão, notamos com esse estudo que a Internet vem seguindo a lógica do consumo, de ser um produto que remete ao seu possuidor um status e um glamour perante toda a sociedade. O valor simbólico da Internet é maior que a sua real utilidade nas atividades do dia-a-dia, pois o seu uso é sinônimo de informação, modernismo, atualização, o que na prática, nem sempre é verdade.

Nesses dois anos, a Internet vem se tornando para os entrevistados um meio cada vez mais confiável para conseguir informações em um período de tempo muito mais curto do que nos outros meios. A restrição que foi feita pelos entrevistados é que pelo universo de informações disponível, as informações credíveis estão presentes em sites de empresas, universidades e instituições renomadas. Muitas vezes, a Internet acaba legitimando uma atitude tomada no cotidiano, como para Eduardo que, como Juíz, sente-se mais seguro tomando as suas decisões depois de acessar à rede e para Gustavo, que se sente mais capacitado no ramo de negócios por acessar à rede.

Se o potencial tecnológico e revolucionário assusta muitas pessoas ao terem o primeiro contato com a nova tecnologia, o pastor Roberto não pensou que a Internet poderia ameaçar a sua igreja. Ele uniu o seu credo à tecnologia e criou uma página da igreja que está trazendo resultados favoráveis. A página é acessada por pessoas de outras religiões e recebe visitas de pessoas de outros países e de curiosos. Fora da rede, na vida “real”, muitos desses visitantes não iriam à igreja de Roberto, mas na rede muitos dos freqüentadores não são evangélicos. O culto *on line* está aliando um costume tradicional, o da religião, aos avanços tecnológicos. Como Roberto, os outros usuários demonstraram que aplicam os recursos da Internet para facilitar e melhorar as atividades do dia-a-dia.

A introdução da tecnologia no ambiente familiar ainda é um fenômeno muito recente e dinâmico. Com essa pesquisa, podemos afirmar que as pessoas ainda estão se habituando com a Internet no seu cotidiano e se observa que algumas mudanças já estão começando a tomar forma na rotina das famílias usuárias da rede, mas mudanças estas ligadas intrinsecamente a uma complexa estrutura de referências culturais, sociais, políticas e econômicas.

NOTAS

- (1) CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: Artes de fazer*. Tradução por Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes, 1994. p. 31
- (2) SILVERSTONE, R. *Television and Everyday Life*. Londres. Routledge. 1994
- (3) CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1995 – p. 38
- (4) Idem

BIBLIOGRAFIA

- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução por Arthur Morão. Rio de Janeiro, Elfos Ed, Lisboa, 1995.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1995.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: Artes de fazer*. Tradução por Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes, 1994.
- GATES, Bill. *A Estrada do futuro*. Tradução por Beth Vieira, Companhia das Letras, São Paulo, 1995.
- KITCHIN, Rob. *Cyberspace – The world in the wires*. John Wiley & Sons, 1999.
- LEVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu Costa. São Paulo, Ed. 34, 1999.
- LEVY, Pierre. *O que é virtual?* Tradução de Paulo Neves. São Paulo, Ed. 34, 1996.
- OLGA, Guedes. *O Consumo das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação na Esfera Privada*. 1º Colóquio Brasil - Reino Unido, promovido pela Intercom, agosto 1999, no prelo.
- PARENTE, André. *Imagem-máquina: A era das tecnologias do virtual*. Ed.34, Rio de Janeiro, 1993.
- PAULA, Silas de & GUEDES, Olga. *Sociedade da Informação: O Futuro (im)Perfeito*. VIII Encontro da COMPÓS, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1999.
- PAULA, Silas de & GUEDES, Olga. *Mito e Realidade na Virtualidade do Ciberespaço*. VII Encontro da COMPÓS, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1998.
- PORTER, David. *Internet Culture*. Londres, Routledge, 1997.
- POSTMAN, Neil. *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia*. Tradução por Reinaldo Gurarany. São Paulo, Nobel, 1994.
- REVISTA VEJA – ano 32 - nº 51, 22 de dezembro de 1999.

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. *As subjetividades contemporâneas sob o signo do consumo – Os ideais narcísicos na publicidade da TV: produção e consumo*. Tese de doutorado. Unicamp. Campinas, SP, 1999.

SILVERSTONE, Roger & HIRSCH, Eric. *Media and information in domestic spaces*. Londres, Routledge, 1992.

SILVERSTONE, Roger. *Television in everyday life*. Londres, Routledge, 1994.

TOALDO, Mariângela Machado. *Sob o signo do consumo: status, necessidades e estilos*. In: Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, Faculdade dos Meios de Comunicação Social, PUCRS, nº1, 1994.

BIBLIOGRAFIA ON LINE

3ª Pesquisa Cadê?/IBOPE [<http://www.ibope.com.br>]

Pesquisa Internet Brasil [<http://www.ibope.com.br>]

Nua Internet Surveys (<http://www.nua.org>)

INFOnet home-page. “História da Internet”. [<http://www.infonet.com.br>]

Anexo 1 – Roteiro da primeira entrevista realizada entre outubro e junho de 1997

1. Idade
2. Estado civil
3. Escolaridade
4. Profissão
5. Renda familiar
6. Há quanto tempo acessa à Internet?
7. De onde acessa?
8. Em média quantas horas por dia?
9. Quais as informações que mais desperta seu interesse?
10. Quais são os sites que comumente você acessa?
11. Você participa de algum grupo de discussão?
12. Já fez algum curso sobre a Internet?
13. Qual o grau de credibilidade que você confere às informações que você tem acesso na rede?
14. Quais os recursos da Internet que você sabe utilizar?
15. Você tem home page?
16. Tem e-mail?
17. (Se afirmativo) Para que tipo de relações você o utiliza?
18. Todas as informações que você recebe pela Internet modificaram o seu modo de ver o mundo?
19. Quantos usuários são em casa?
20. Você já entrou em salas de bate-papos?
21. (Se afirmativo) Você fala a verdade sobre si mesmo quando está nos chats?
22. Você acha que ficou mais sociável por causa da Internet?
23. As pessoas com as quais você mantém contato na Internet, você conheceu pela Internet e só mantém contato com elas através da rede; algumas você conheceu pela Internet mas encontrou pessoalmente ou vocês já eram amigos antes do acesso à rede?
24. Você já deixou de sair para ficar em casa acessando à rede?
25. Você consegue visualizar alguma desvantagem no uso da Internet?

26. E vantagens?
27. Você tem alguma preocupação com o que as crianças podem ver na rede?
28. (Se afirmativo) Qual seria a solução para o problema?
29. Qual o custo mensal da Internet? Quem paga?
30. Você acha que o serviço da Internet poderia ou deveria ser gratuito?
31. Qual o seu provedor?
32. Você paga ou pagaria por serviços na Internet, além do seu provedor?
33. Quantos computadores você tem em casa?
34. Você acha que o que você usa na Internet compensa o seu gasto?
35. A Internet é democrática?
36. Como você vê a diferenças entre as pessoas que têm acesso à Internet e aquelas que não têm?
37. Você se acha mais informado do que aquele que não Internet?
38. Os seus conhecimentos, de uma forma geral, aumentaram por causa da Internet?
39. Você considera que a temática da rede é elitista, satisfazendo às necessidades de uma minoria privilegiada ou acredita que mesmo as classes menos favorecidas teriam por que se interessar caso tivessem acesso à Internet?
40. Você mantém contato na Internet apenas com pessoas e objetos que se identifiquem com você ou você procura interessar-se por objetos que não façam parte do seu cotidiano?

Anexo 2 – Roteiro da segunda entrevista realizada em dezembro de 1999

- (1) Como foi a decisão de comprar um computador?
- (2) Quais foram os fatores que influenciaram na compra?
- (3) A decisão foi discutida com os outros membros da família?
- (4) Qual foi o espaço reservado na casa para que o computador ocupasse?
- (5) Por que ele foi escolhido?
- (6) Em que ocasião foi conectado o computador à Internet?
- (7) Quais foram as mudanças percebidas no seu uso da Internet depois de dois meses antes do nosso primeiro contato?
- (8) Algumas perguntas feitas em agosto de 1997 são refeitas para se observar as possíveis mudanças no uso da Internet pelas famílias selecionadas.