

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS DE FILOSOFIA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

PATRÍCIA PEREIRA PAVESI

OI, TEM INTERNET? CLARO! NO MUNDO TIM! SEM CONEXÕES NÃO VIVO: O  
CONSUMO DO ACESSO À INTERNET NA GRANDE TERRA VERMELHA

NITERÓI

2014

PATRÍCIA PEREIRA PAVESI

OI, TEM INTERNET? CLARO! NO MUNDO TIM! SEM CONEXÕES NÃO VIVO: O  
CONSUMO DO ACESSO À INTERNET NA GRANDE TERRA VERMELHA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do grau de doutora em antropologia.

Linhas de pesquisa: antropologia do consumo; antropologia urbana; cyberculturas.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Laura Graziela Gomes

NITERÓI

2014

PATRÍCIA PEREIRA PAVESI

OI, TEM INTERNET? CLARO! NO MUNDO TIM! SEM CONEXÕES NÃO VIVO: O  
CONSUMO DO ACESSO À INTERNET NA GRANDE TERRA VERMELHA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do grau de doutora em antropologia, na área de concentração em antropologia social.

Aprovado em 17 de outubro de 2014.

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Laura Graziela F. F. Gomes  
Universidade Federal Fluminense – UFF - Orientadora

---

Prof. Dr. Jair de Souza  
Universidade Federal Fluminense - UFF

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Carla Fernanda Pereira Barros  
Universidade Federal Fluminense - UFF

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Livia Barbosa

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Débora Krischker Leitão

Universidade Federal de Santa Maria - Membro Titular PPGCSO

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Flávia Luzia O. da Cunha Galindo (Suplente)

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFFRJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dr. Marcelo Castaneda de Araújo (Suplente)

Laboratório Território e Comunicação – Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Shirley Alves Torquato

Universidade Federal Fluminense - UFF

*Dedico este trabalho a Rodrigo, Gilmar, Meri Nádia, Lua e José Henrique.*

## ***Agradecimentos***

*Agradeço a Deus, escrever foi difícil, mas agradecer é anamnese de todo o processo não apenas em suas alegrias, mas especialmente em suas dores. É aqui, neste momento que realmente compreendi a complexidade de um trabalho de doutorado. Vamos aos nomes e às lágrimas então.*

*Como manda o figurino formal, começo pelos agradecimentos institucionais. Agradeço à Universidade Federal do Espírito Santo, em especial ao Departamento de Ciências Sociais pela concessão de quatro anos de afastamento para a realização da pesquisa que culminou neste trabalho. Embora consistisse num direito, bem sabemos o quanto poderiam dificultar o seu exercício, o que não aconteceu em momento algum, ao contrário, a colaboração foi irrestrita. Colaboração fundamental para a realização da pesquisa também recebi da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), fundação do Ministério da Educação (MEC), por meio do Programa de Formação Doutoral Docente – Prodoutoral com a concessão de uma bolsa de aperfeiçoamento de estudos durante o período de 2010 a 2014 que possibilitou os deslocamentos necessários entre as cidades do Rio de Janeiro e Vitória para a realização da pesquisa etnográfica. Em especial, todos os agradecimentos ao Andrade, funcionário da Pró-Reitoria de Pós-Graduação da UFES por seu profissionalismo ímpar e imensa gentileza no encaminhamento de toda a burocracia relativa ao Programa Prodoutoral; aos funcionários Ilma e Marcelino e Marcelo, secretários do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense que com muito carinho e de forma sempre solícita me orientaram quanto às regras, prazos e exigências burocráticas do curso de Doutorado, contribuindo sobremaneira para que a minha passagem pelo PPGA/UFF fosse marcada pela ausência de atropelos e dívidas institucionais.*

*Toda gratidão à Prof. Laura Graziela F. F. Gomes, orientadora, parceira, conselheira, que aceitou o desafio de me acompanhar na investigação de um tema complexo e desafiador, contribuindo de forma determinante para a garantia da marca e escrita etnográfica na pesquisa, sendo tolerante com os resquícios de formalismo da formação na área de Filosofia e me fazendo compreender que rigor teórico e empiria podem e devem ser sempre negociados na pesquisa em Ciências Sociais. De similar importância também foram as contribuições recebidas de Jair Ramos, (meu primeiro professor de Antropologia ainda na graduação em*

*Filosofia, que me apresentou um mundo novo de reflexões, me “aliciou” com o convite ao país das maravilhas e todos os desafios das reflexões em torno da cultura, que tive a grata surpresa de reencontrar durante o doutorado mais uma vez como mestre criativo e rigoroso) e Carla Barros, interlocutora competente e generosa, que participou mais do que imagina da construção deste trabalho. Aproveito para registrar as importantíssimas contribuições das professoras Cláudia Schmidt (CPDA/UFRJ), Eliane Tânia de Freitas, Mylene Mizrahi (UFRJ), Maria Eduarda Guimarães (SENAC) e Celi Scalon (UFRJ) tanto pela apreciação séria da minha produção acadêmica, como pelas intuições que suas reflexões me trouxeram.*

*De enorme importância foram as reflexões compartilhadas com os queridos e provocadores parceiros de discussão: Marcelo Castañeda, Raquel Souza da Silva, Izabela Domingues, Flávia Gallindo, Vinícius Lordes, Lenin Pires, Leif Grünwald, que me ajudaram a amadurecer ideias tocantes aos temas Consumo, Ciberespaço e Etnografia. Presenças ternas e fundamentais para a jornada foram os colegas doutorando do PPGA/UFF: Tatiana Arnaud Cipiniuk, André Gil Andrade, Marcelo Araújo, Shirley Torquato e Michele Markowitz, Marcos Veríssimo (Marcola) e Camila Fernandes, Iara Sol, Tatiana Laai, Rafael Veslasquez, Luciana Murgel, Márcia Mesquita, Rachel Rizério. Além é claro, de todos os demais colegas do NEMO (Núcleo de Estudos da Modernidade).*

*“Num coração repleto de nomes” (Pedro Casaldáliga), aqueles cuja presença foi fundamental para a minha integridade física e emocional no Rio de Janeiro: minha amada amiga e parceira de turma Hilaine Yaccoub, meus irmãos de toda vida Márcia Carvalho, Mário Pires Simão, Eblin Farage, Paulo Aquino, Thiago Marques. Júnia Meira pela casa e vida divididas em Santa Teresa. Os amigos híbridos de RJ/ES e apoio sempre: Laila Domith, Geovana Tabachi, Sandro Silva, Mauro Petersem.*

*Aqueles que não me permitiram rir e chorar sozinha, sempre ao lado, sofrendo e caminhando juntos: meu irmão de alma Felipe Scárdua Binda, Loriselle Marcelle Cikatelli Silva, Fernanda Borges, Araceli Buffon, Ana Cláudia Farranha, Víviam Borré, Márcio Camacho.*

*E finalmente, aqueles cuja presença na minha vida foi a garantia da sobrevivência material e espiritual nessa jornada: em primeiro lugar meu irmão Rodrigo Pavesi que assumiu toda a responsabilidade financeira e afetiva da família, me dando as condições necessárias para quatro anos exclusivamente dedicados aos estudos; Gilmar Dezan que me carregou no colo*

*durante o processo, me oferecendo o cuidado mais que necessário para a conclusão da pesquisa; Izaura Pavesi, mãe querida e atípica que me ensinou que amar é “deixar ir”, praticamente me obrigando a ir embora para viver sozinha e descobrir outros mundos várias vezes ao longo da minha existência, estando sempre junto; Marcelo Pavesi que é a minha janela para a transcendência, motor de toda superação que já fiz e ainda hei de fazer; Meri Nádia Gerlin minha irmã e alma gêmea que me resgata a ternura desde sempre; meus afilhados amados e fonte da minha fé na vida: Lua Ofranti Coco e José Henrique Gerlin Lemos.*

*Agradecimentos eternos a Emílio Santana meu querido mestre de corpo e mente e toda a Equipe Ômega que literalmente me motivam a correr e acreditar que posso mais do que penso.*

*Agradeço a todos os meus amigos “em rede”, especialmente do Facebook que, de várias regiões do Brasil e diversas partes do mundo amanheceram e anoiteceram comigo na ciberetnografia, conversando pelos dedos e me apoiando nos últimos quatro anos de labuta, sobretudo Rogério Ferreira, João Paulo Braga Cavalcante já na reta final e Tania Quintaneiro, Mrfeitosa e tantos outros que só conheço no mode on.*

*Por fim, o agradecimento maior dirijo a todos os meus interlocutores da Região da Nova Holanda/RJ e, sobretudo, da Grande Terra Vermelha – Vila Velha/ES, sujeitos mais-que-perfeitos da minha pesquisa. Sem vocês, nada disso teria sido possível, especialmente Herbert, Priscilla, Irmão Rafael, D. Joana, D. Penha, Flávio, Detmann, aos educadores Adriano, Rafael, Jorge Evandro e Michele Dipré do Marista Terra Vermelha, aos professores Wellington, Carol, à coordenação pedagógica e direção da E.E.E.M Mário Gurgel, ao Banco Terra, IGG5 e todos os moradores que me concederam seu tempo de atenção em casa e/ou pelo Ciberespaço.*

*“Quem sabe esperar, não precisa fazer concessões.”*

*Sigmund Freud*

PAVESI, Patrícia Pereira. Oi, tem internet? Claro! No mundo Tim! Sem conexões não vivo: o consumo do acesso à internet na grande terra vermelha. 2014, 346 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal Fluminense, Niterói – RJ.

## RESUMO

Nos últimos anos, a apropriação e o manuseio criativo das Tecnologias de Informação, especialmente o acesso à Internet no Brasil tem marcado de forma significativa os processos de associação e formação de identidades, sobretudo, entre os mais jovens. Por sua vez, a inclusão de digital vem sendo processada de formas diferenciadas conforme as configurações das redes e dinâmicas de sociabilidade locais. O acesso à Internet constitui hoje, para a maior parte dos usuários brasileiros, um bem de consumo comercializado em diferentes modelos de trocas muito menos que um serviço garantido pelo Estado. A conexão é um recurso de custo considerável que já consta da lista de serviços essenciais como energia elétrica, abastecimento de água e gás de cozinha cujo orçamento doméstico de diversos segmentos sociais deve contemplar.

Por meio de uma pesquisa etnográfica realizada entre os anos de 2012 a 2014 em grupo popular foi possível constatar que o trânsito no Ciberespaço é uma dimensão importante na vida social local, incidindo na formação e na configuração de fluxos das redes sociotécnicas, nos processos de associação e na atualização e/ou emergência de categorias nativas. Este trabalho constitui o relato reflexivo e a discussão dialogada com a Teoria Antropológica das estratégias desenvolvidas pelos moradores, especialmente os mais jovens da Grande Terra Vermelha – Vila Velha/ES para a garantia do provimento do acesso à Internet, bem como dos usos sociais que recebem a conexão e os suportes a partir dos quais ela é operacionalizada, dentre eles os aparelhos celulares, que permitem a construção de identidades na e pela navegação no Ciberespaço.

**Palavras-chave:** Consumo do Acesso, Internet, ciberetnografia, celulares, online, offline, redes.

## ABSTRACT

In recent years, the appropriation and creative handling of information technologies, especially the Internet in Brazil has marked significantly the processes of association and formation of identities, especially among younger people. In turn, the inclusion of digital is being processed in different ways according to the settings of networks and dynamics of local sociability. The internet is today, for most of Brazilian users, a consumer good sold in different models of exchanges much less than a guaranteed service by the State. The connection is a feature of considerable cost that is already in the list of essential services such as electricity, water and cooking gas whose household budget should include various social segments.

Through an ethnographic research carried out between 2012-2014 in popular group it was found that the traffic in Cyberspace is an important dimension in local social life, focusing on the formation and configuration of flows of socio-technical networks in the processes of association and update and / or emergence of native categories. This work is reflective account and dialogic discussion with the Anthropological Theory of the strategies developed by the residents, especially the youngsters from Grande Terra Vermelha - Vila Velha / ES to guarantee the provision of Internet access and social uses of the receiving the connection and the supports from which it is operationalized, including the cell phones, which allow the construction of identities in and through navigation in Cyberspace.

**Keywords:** Consumption of Access , Internet , ciberetnografia , mobile , online , offline , networks .

## RÉSUMÉ

Au cours des dernières années, l'appropriation et la manipulation créative des technologies de l'information, notamment l'Internet au Brésil a marqué de manière significative les processus d'association et de la formation des identités, en particulier chez les jeunes. À son tour, l'inclusion numérique est traitée de différentes manières en fonction des paramètres des réseaux de sociabilité et dynamiques locales. L'Internet est aujourd'hui, pour la plupart des utilisateurs Brésiliens, un bien de consommation vendu dans différents modèles d'échanges beaucoup moins que d'un service garanti par l'Etat. La connexion est un élément de coût considérable qui est déjà dans la liste des services essentiels tels que l'électricité, l'eau et le gaz de cuisine dont le budget des ménages devrait inclure différents segments sociaux.

Grâce à une recherche ethnographique menée entre 2012-2014 dans le groupe populaire, il a été constaté que le trafic dans le cyberspace est une dimension importante dans la vie sociale locale, en mettant l'accent sur la formation et la configuration des flux de réseaux socio-techniques dans les processus d'association et la mise à jour et / ou l'émergence de catégories indigènes. Ce travail est fait par la réflexion et la discussion dialogique avec la théorie anthropologique des stratégies développées par les résidents, en particulier les plus jeunes de la région de Grande Terra Vermelha - Vila Velha / ES pour garantir la fourniture d'accès à l'Internet et les usages sociaux de la réception la connexion et les supports à partir desquelles il est opérationnalisé, y compris les téléphones mobiles, qui permettent la construction des identités dans et à travers la navigation dans le cyberspace.

**Mots-Clés:** Consommation d'accès , Internet , ciberetnografia , mobile, en ligne , hors ligne , les réseaux .

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Imagem área da Grande Terra Vermelha.

Figura 2 – Terreno onde foi construída a Associação de Moradores de Terra Vermelha nos anos de 1980.

Figura 3 – Primeiro ônibus mantido pela PMVV que ligava a região ao Centro da cidade.

Figura 4 - Construção da associação de moradores em 1997.

Figura 5: Pólos Regionais do Município de Vila Velha.

Figura 7 – Família do Flávio, moradores da Grande Terra Vermelha.

Figura 8 – Imagem do perfil do Facebook de Priscilla Alves.

Figura 10 - Rua Afonso Cláudio, Bairro Terra Vermelha.

Figura 11 – Serviço de limpeza urbana na Grande Terra Vermelha. Imagem de Camila Vargas.

Figura 12 – Unidade de Saúde do bairro Jabaeté. Imagem de Camila Vargas.

Figura 9 – Show de rock no Bar da Mery.

Figura 13 – Reunião do Nucleo Terra Vermelha de Vídeo na sede do Banco Terra.

Figura 14 – Momento de lazer dos jovens da Igreja Batista Kairós.

Figura 15 – Cartaz em loja de suprimentos de informática do Bairro Terra Vermelha.

Figura 16 – Sátira relacionada à categoria “Classe C”.

Figura 17 – Inscrições Maquínicas da Identidade.

Figura 18 – *Autopoésis* na e pela Conexão.

Figura 19 – Praia dos Arrecifes na Região V do Município de Vila Velha/ES.

Figura 20 – Capas de Aparelho Celular.

Figura 21 – Equipamentos “Costumizados”.

Figura 22 – Capas de Aparelho Celular Masculinas.

Figura 23 – Online e Offline.

Figura 24 – I Encontro na Pracinha de Colorado.

Figura 25 - Bonde do Kebra quatro garotos funk melody – aulas de dança por 35 reais.

Figura 27 – Apresentação de dança .

Figura 28 – Atividade promovida pelo IGG5.

Figura 29 – Peça de divulgação de evento promovido pelo IGG5 no Facebook.

Figura 30 – Pastoral da Juventude da Paróquia N.Sra. dos Navegantes.

Figura 31 – Jornada Mundial da Juventude Católica.

Figura 32 – Jornalista *Rachel Sheherazade*.

Figura 33 – MC Magrinho.

Figura 34 – Peça Publicitária da Casa de Shows Megatroops.

Figura 35 – Amigos Famosinhos da Grande Terra Vermelha (imagem curtida por 1.399 pessoas em 08/09/2014).

Figura 36 – Postagem e comentários no perfil de L.S.M. no Facebook.

Figura 37 – Imagem típica dos álbuns de fotografias do Facebook.

Figura 38 – Escher : o primeiro “selfie”

Figura 39 – Duelo de Fotos 1.

Figura 40 – Duelo de Fotos 2.

Figura 41 – Amigos na Praia.

Figura 42 – A Grande Família.

Figura 43 – Imagem da Infância.

Figura 44 - Educação Familiar em tempos de Internet.

Figura 45 – Pais, filhos e TIC's.

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Distribuição dos entrevistados por gênero.

Tabela 2 – Base de acesso.

Tabela 3 – Renda Mensal Média por Núcleo Familiar na Grande Terra Vermelha no período entre 2012 e 2013.

Tabela 4 – Valores das Tarifas de Pacotes de Acesso à Internet via Aparelho Celular Pré-Pago vigente no Brasil entre 2012 e 2013.

Tabela 4 – Valores das Tarifas de Pacotes de Acesso à Internet via Aparelho Celular Pré-Pago vigente no Brasil entre 2012 e 2013.

Tabela 5 – Valores das Tarifas de Pacotes de Acesso à Internet via Aparelho Celular Pós-Pago vigente no Brasil entre 2012 e 2013.

Tabela 6 – Concessionárias de Internet mais demandadas na Região da Grande Terra Vermelha entre 2012 e 2013.

Tabela 7 – Concessionárias de Internet via Telefonia Móvel mais demandas na Região da Grande Terra Vermelha entre 2012 e 2013.

Tabela 8 – Forma de Aquisição dos Equipamentos-Suporte para a Conexão entre os moradores GTV no biênio 2012-2013.

Tabela 9 – Forma de Aquisição dos Aparelhos Celulares entre os moradores GTV no biênio 2012-2013.

Tabela 10 – Custo dos Aparelhos Celulares mais usados pelos moradores da GTV entre 2012-2013.

Tabela 11 – Idade em que os Informantes Fizeram o Primeiro Acesso à Internet.

Tabela 12 – Idade em que os Informantes Adquiriram o Primeiro Aparelho Celular.

Tabela 13 – Quantos Aparelhos Celulares os Moradores da GTV Já Possuíram Desde a Primeira Aquisição.

Tabela 14 – Quantos Aparelhos Celulares em Uso por Domicílio GTV no Biênio 2012-2013.

## **LISTA DE SIGLAS**

ABT – Atlas Brasileiro de Telecomunicações

AIRDATA - Serviço Internacional de Comunicação de Dados Aeroviários.

AM - Amplitude Modulation.

ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações.

AOL – América Online.

BA – Bahia.

BITNET - Because It's Time to NETwork.

CEB – Comunidade Eclesial de Base.

CEF – Caixa Econômica Federal.

CELEPAR - Centro Eletrônico de Processamento de Dados do Estado do Paraná.

CERFnet - Centro de Supercomputação de São Diego.

CCM - Computadores Coletivos Móveis.

CCTLD - Country Code Tpe Level Domain.

CGI – Comitê Gestor da Internet.

CIVIT - Centro Industrial de Vitória.

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

CpqD - Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações.

CVRD - Companhia Vale do Rio Doce.

C2G - Governo e Governo.

EMBRATEL - Empresa Brasileira de Telecomunicações.

ES – Espírito Santo.

EUA- Estados Unidos da América.

FAMPES - Pequenas Empresas do Comércio e Serviço do Espírito Santo.

FAPESP - Fundo de Assistência à Pesquisa de São Paulo.

FERMILAB - Fermi National Accelerator Laboratory.

FINDATA - Serviço Internacional de Acesso a Informações Financeiras.

FIRJAN – Federação da Indústria do Rio de Janeiro.

FUST - Fundo para a Universalização dos Serviços de Telecomunicação.

G2B - Governo e Empresas.

G2C - Governo e Cidadão.

GPS - Global Positioning System.

GTV – Grande Terra Vermelha.

GVT – Global Village Telecom.

HQ's – Histórias em Quadrinhos.

IBDC - Índice Brasil de Cidades Digitais.

ICANN - Internet Corporation for Assigned Names and Numbers.

ICQ – I Seek You?.

IEQ - Igreja do Evangelho Quadrangular.

IFDM – Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal.

IGG5 - Instituto Grupo de Gestores da Região 5 de Desenvolvimento Local.

IHDM - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal.

INMARSAT - Comunicações Marítimas via Satélite.

INTELSAT - International Telecommunications Satellite Organization.

INTERDATA - Serviço Internacional de Comunicação de Dados.

IP – Internet Protocol.

LCD - Liquid Crystal Display.

LED - Light Emitter Diode.

LNCC - Laboratório Nacional de Computação Científica.

MC - Ministério das Comunicações.

MCT – Ministério da Ciência e Tecnologia.

MG – Minas Gerais.

MOVIVE - Movimento Vida Nova Vila Velha.

MSN – Microsoft Service Network.

NSFNET - National Science Foundation Network.

NTS – Núcleo de Treinamento do Servidor.

NTV - Núcleo Terra Vermelha de Vídeo.

ONG – Organização Não-Governamental.

PC - Computer Personal.

PCB – Partido Comunista Brasileiro.

PDA - Personal Digital Assistance.

PNDA - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.

PROCON - Órgão de Proteção e Defesa do Consumidor.

PUC – Pontifícia Universidade Católica.

TELEBRAS - Empresa de Telecomunicações Brasileiras.

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação.

TRANSDATA - Serviço Digital de Transmissão de Dados.

PMVV - Prefeitura Municipal de Vila Velha.

PSID - Programa SERPRO de Inclusão Digital.

RBS – Rede Brasil Sul.

RENPAAC – Rede Nacional de Pacotes.

RNP - Rede Nacional de Pesquisa.

RJ – Rio de Janeiro.

SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor.

SAE/PR – Secretaria para Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

SERPRO - Serviço Federal de Processamento de Dados.

SETADES - Secretaria do Trabalho, Assistência e Desenvolvimento do Espírito Santo.

SETGER - Gerência de Inclusão Digital da Secretaria de Trabalho e Geração de Renda.

SISCOMEX - Sistema Integrado de Comércio Exterior.

SMS - Short Message Service.

SOCINFO – Sociedade da Informação.

SP – São Paulo.

SUCESU - Sociedade dos Usuários de Informática e Telecomunicações.

TAR – Teoria Ator-Rede.

TELEBRÁS – Telecomunicações Brasileiras S/A.

TELEST - Companhia de Telefonia do Espírito Santo.

UCLA – Universidade da Califórnia.

UFES – Universidade Federal do Espírito Santo.

UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais.

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro.

UNICAMP – Universidade de Campinas.

UOL – Universo Online.

USP – Universidade de São Paulo.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	17
1.1 Considerações extemporâneas .....	17
1.2 A viagem e o destino: apresentando o tema e a questão.....	21
1.3 Por que estudar os padrões de consumo de acesso à Internet? .....	25
1.4 Orientações teórico-metodológicas .....	28
1.5 A ciberetnografia: o caderno de campo digital e o nativo, por ele mesmo, em textos e imagens .....	38
1.5.1 <i>A minha agência em campo</i> .....	38
1.6 A inserção em campo e os primeiros relatos .....	42
1.7 Podemos conversar pela Internet?.....	45
<b>2 COMO SE CONECTAM À INTERNET OS MORADORES DA GRANDE TERRA VERMELHA: TERRA VERMELHA OFFLINE</b> .....	61
2.1 O território.....	62
2.2 A Grande Terra Vermelha Hoje .....	73
2.3 Redes, atores e agências .....	77
<b>3 – A HISTORIA DAS CONEXÕES NA GRANDE TERRA VERMELHA</b> .....	87
3.1 A história das conexões na comunidade por ela mesma.....	87
3.2 A chegada da Internet na região e a máfia dos técnicos.....	92
3.3 Os celulares .....	98
3.4 A história das conexões em Terra Vermelha pensada a partir do modelo de Gestão da Internet brasileira .....	115
2.5 A Internet em terras de Santo Espírito .....	120
2.6 O Comitê Gestor da Internet e Marco Civil como experiência civil .....	126
2.7 A Internet como business no Brasil e a transvaloração do Marco Civil em Direito Econômico e Direito do Consumidor .....	128
2.8 O Marco Civil da Internet aprovado em 2014: inclusão digital por conta da “mão livre” .....	137
<b>3 – QUAIS ESTRATÉGIAS DESENVOLVEM OS MORADORES DA GRANDE TERRA VERMELHA PARA A GARANTIA DO CONSUMO DO ACESSO À INTERNET?</b> .....	143
3.1 Navegando em Terra Vermelha: comprando o acesso.....	144
3.2 O consumidor e o consumo de conexão da Grande Terra Vermelha.....	144
<b>4 - CONSUMO DE TIC's: NOVAS POSIÇÕES SOCIAIS OU NOVAS HABILIDADES PARA O CONSUMO?</b> .....	163

4.1 Grande Terra Vermelha: classe C /“nova classe média” ou ações afirmativas a partir do Consumo e TIC’s?.....	164
3.2 A expertise para o consumo de conexões e a evidência de um tipo de consumidor.....	178
4.3 A Bula do consumo de conexão e suprimentos.....	188
4.3.1 O tipo ideal.....	188
4.3.2 O repertório local .....	188
4.3.3 Os tutoriais como bula no Ciberespaço.....	189
4.3.4 A compra propriamente dita.....	189
4.3.5 O pós-compra .....	190
4.4 Notas acerca da expertise para o consumo de TIC’s na Grande Terra Vermelha .....	192
4.4.1 Capital Mecatrônico ou Expertise Mecatrônica?.....	194
4.4.2. Expertise Mecatrônica, Comunidades de Conhecimento e Cultura Jovem 197	
4.4.3. Expertise Mecatrônica e a Teoria Ator-Rede .....	199
4.4.4. Mais que as especulações, que fiquem as questões.....	203
5. A GRANDE TERRA VERMELHA OFFLINE E AS DIMENSÕES MATERIAIS DO CONSUMO DO ACESSO À INTERNET.....	206
5.1 O consumo do acesso à internet como <i>autopoiesis</i> : Grande Terra Vermelha <i>Offline</i> , as materialidades da vida entre o <i>on</i> e <i>off</i> .....	206
5.1.1 Conexões e “Costumizações”: as apropriações e inscrições materiais como recurso de personalização.....	206
5.2 O acesso, os celulares e a <i>autopoiesis</i> .....	217
6 - TERRA VERMELHA DIGITAL E AS VIRTUALIDADES DA EXPERIÊNCIA ENTRE O ON E OFFLINE .....	225
6.1 Terra Vermelha Digital: espaço, redes, fluxos, fronteiras .....	226
6.2 Facebook: territórios digitais, “sistemas expertos” e devir imagético .....	237
6.3 Percurso dos movimentos sociais no território digital .....	250
6.4 Percurso dos religiosos no Território Digital .....	253
6.5 Percurso das redes de produção cultural e entretenimento no Território Digital	256
6.6 Os “Famosinhos” e os Sistemas Expertos.....	264
6.7 A “rinha” dos aplicativos, o parentesco e a amizade como expressões de vínculos na GTV Digital .....	277
CONCLUSÃO .....	289
REFERÊNCIAS.....	296
ANEXOS .....	323



## 1 INTRODUÇÃO

### 1.1 Considerações extemporâneas

Certa vez, um amigo, falando sobre cinema, me chamou a atenção para o que denominou a “força de uma história” ao descrever o impacto que o filme “Bicho de Sete Cabeças”<sup>1</sup> exerceu em suas reflexões em função da densidade de suas imagens e o relato de experiências juvenis, bem como o universo das representações em torno do consumo de drogas ilícitas no Brasil. Ressaltou, sobretudo, a profunda conexão entre o roteiro e a música-tema da película<sup>2</sup> afirmando que o filme teria conseguido recolocar o sentido da canção, cuja existência a dele precedia.

Algo similar ocorreu-me quando por ocasião de uma mudança de domicílio no início dos anos 2000. Sem o conhecimento das “regras” de convivência não positivadas do condomínio no qual passava a residir, como cliente/usuária de serviço de TV a cabo, com toda tranquilidade do mundo, solicitei a visita técnica para a transferência do serviço para o novo endereço. *A priori*, o olhar da nova moradora naquele momento tomado de total displicência do ofício de antropóloga que, na época, explorava consultórios médicos em busca frenética dos sentidos da “loucura” entre neurologistas, não foi capaz de dar conta dos enfáticos sinais enviados pela ‘nativa’ do novo ‘sítio’ no qual me adentrava. A distinta zeladora se ofereceu para intermediar a contratação da minha parte, dos serviços de uma operadora/concessionária de TV a cabo local, que já era utilizada pelos moradores do prédio. Como eu já tinha uma assinatura da prestadora *Directv*, naturalmente agradei, disse que já tinha o caso resolvido ou, pelo menos, encaminhado. Não foi uma ou duas vezes no curto espaço de três dias após meu estabelecimento no novo edifício, situado num bairro de classe média, que a zeladora pretendeu me convencer a abandonar o serviço pelo qual já pagava para aderir ao plano que os moradores usufruíam. Com total senso prático e reservas analíticas baixíssimas para o caso em questão, mantive o encaminhamento e durante uma semana aguardei, como consumidora ávida da programação de TV por cabeamento, o reestabelecimento do sinal que conectaria meu novo lar ao ‘mundo’ e tornaria a janela, o quadrado daquele imóvel mais interessante, virtualmente colocado pela posse do ‘controle remoto.’ Certo dia, de saída do andar

---

<sup>1</sup> Direção e roteiro de Laís Bodanski. Produção: Luiz Bolognesi, Caio Gullane, Marcos Mueller e Sara Oliveira. Gênero: Drama, Ano: 2001.

<sup>2</sup> A música “Bicho de Sete Cabeças” é uma canção feita nos anos de 1970, fruto da parceria entre os cantores-compositores Zé Geraldo e Zé Ramalho.

pilotis/parking lot, abordada pela síndica muito agitada e aborrecida, recebi a informação de que a minha TV a cabo simplesmente havia ‘melado’ as conexões do prédio inteiro, pois os técnicos durante a instalação da antena, delataram para a concessionária que os vizinhos usavam um sistema de consórcio informal, vulgo “gatonet” que funcionava há anos no edifício.

Resultado: todos sem Internet e TV à cabo graças à minha pretensão legalista (palavras da síndica). Mas, então, qual seria a contra-dádiva ou tributo a ser pago pelo transtorno? A resposta veio na forma de pergunta: “Então, me diga, o seu plano é o completão?” Assim, o novo serviço de TV à cabo e Internet seria redistribuído para todos os moradores sem rateio da conta, que continuaria sendo da minha e única responsabilidade. Satisfeita, a síndica encerrou a conversa afirmando: “No final, todo mundo sai ganhando”.

Neste dia, além de selar o pacto de vizinhança, sem me dar conta, dei o primeiro passo em direção ao que se tornaria meu objeto de estudo no Doutorado: os arranjos e estratégias que os diferentes grupos sociais desenvolvem para garantir o acesso às tecnologias de informação. E como no caso relatado, em diferentes situações e contextos são muitos os esforços investidos por diferentes segmentos sociais no Brasil para garantir o que, neste trabalho, chamo de “conexões”. Diante da percepção de que os dispositivos para a comunicação eram bens preciosos, passei a indagar-me acerca dos usos que recebiam e que os tornavam tão necessários.

Dentre outras funções, as TIC’s (Tecnologias de Informação e Comunicação), especialmente a Internet, oferecem possibilidades de associação bastante complexas, conexões essas que extrapolam o simples contato, passando por interações em níveis diversos. Estudar o modo como um grupo se apropria das possibilidades de conexão, encontro, comunicação mediada por tecnologias, em outras palavras, é pensar as próprias interações sociais que nada mais são que processos comunicativos onde se produzem e se fazem circular sentidos. A partir dessa avaliação, me coloquei a tarefa de observação da movimentação que os sujeitos fazem para a aquisição dos meios necessários para a conexão mediada por aparelhos, fios e dispositivos diversos de comunicação. Com esta intenção, cheguei à comunidade da Grande Terra Vermelha, na cidade de Vila Velha/ES. Inicialmente, fiz investidas na Nova Holanda, uma das várias comunidades integrantes do Complexo de Favelas da Maré, na cidade do Rio de Janeiro. Nesta região, a presença de arranjos informais para redistribuição de serviços,

incluindo o fornecimento de energia, água, TV a cabo, telefonia e conexão à Internet, os chamados “Gatos” é fato corrente e naturalizado. Em breve passagem pelo campo travei uma série de conversas com os chamados “gateiros” (denominação dada pela própria comunidade aos técnicos que tecem as gambiarras) que me levaram a fóruns de troca de conhecimentos na própria Internet, onde esses atores se conectavam a muitos outros interessados nas práticas em diferentes localidades do Brasil. O acompanhamento de alguns fóruns me levaram à Grande Terra Vermelha (GTV). Na Grande Terra Vermelha os “gateiros” são conhecidos como os “técnicos”. Tais técnicos foram os informantes que me forneceram uma pista importante sobre as diferenças entre as formas de aquisição do acesso à Internet na Maré e em Vila Velha. Embora existam gambiarras na GTV, sua presença hoje é bem menos expressiva que no início dos anos 2000 e muito menos determinante na ordenação das relações locais que na Maré. Os “técnicos” de Vila Velha contribuíram e muito para a minha decisão de mudança de campo empírico para a pesquisa etnográfica, uma vez que me despertaram a curiosidade em relação às performances empreendidas pelos moradores da região para a garantia do acesso às conexões, sobretudo pela Internet. Assim, do “Gato” de TV a cabo no condomínio onde morei, passando pela consideração de formas mais complexas e articuladas do seu feitio na Nova Holanda, cheguei à Vila Velha com o desafio de compreender o acesso às TIC’s, mais propriamente à Internet numa comunidade pós-era das gambiarras.

Quais as formas mais comuns de acesso naquela localidade? Que tipo de arranjos os moradores desenvolvem para tal? Quais seus custos? Que tipos de redes gravitam em torno do acesso? Estas são algumas das questões que me conduziram ao longo da pesquisa e o confronto com elas traz como resultado o texto que aqui apresento, de forma que esse trabalho versa sobre o acesso à Internet como experiência de consumo, importante vetor de associações, organização e ordenação de relações no cotidiano dos moradores da Grande Terra Vermelha, que passo a descrever na sequência.

Início o trabalho apresentando o tema em questão, assim como faço considerações teórico-metodológicas no intuito de informar os marcos epistemológicos que delinearão a pesquisa. Toda pesquisa etnográfica trabalha a partir de certa compreensão da cultura e dos processos de formação de identidade, neste momento procuro fazer justamente essa discussão, no sentido de tornar claro o lugar de onde partem as minhas reflexões.

Num segundo momento, estabeleço a descrição do campo empírico, tomando como fio condutor as narrativas dos moradores e suas trajetórias individuais e familiares. Procuo relacioná-las a informações extraídas de fontes documentais e levantamento bibliográfico de pesquisas já realizadas na região em diferentes áreas do conhecimento no intuito de discutir as condições sociopolíticas e históricas de formação da comunidade, em diálogo com a formação do Estado do Espírito Santo e as dinâmicas migratórias do Sudeste do Brasil, bem como a trajetória da incorporação dos serviços de conexão (comunicação) na região, situando esse movimento no próprio movimento do Estado brasileiro no que toca à implementação de políticas públicas de integração via setor de comunicações no século XX. Atenção especial dispenso aos primeiros movimentos da Internet no país e no ES, bem como as opções políticas do governo brasileiro na universalização do serviço mediante privatização do setor na década de 1990, a formação do Comitê Gestor da Internet, culminando na elaboração e aprovação do Marco Civil da Internet no Brasil em março de 2014. Ressalto a orientação mercadológica da política de gestão da Internet no Brasil que torna o acesso essencialmente um produto tecnológico disponível aos que podem pagar pela conexão.

Na sequência, apresento o resultado da pesquisa etnográfica a partir de três eixos estabelecidos a partir das questões primeiras deste trabalho: como se conectam à Internet os moradores da Grande Terra Vermelha?; que estratégias desenvolvem para garantir o consumo do acesso à Internet? ; por que é importante garantir o acesso à Internet?.

A partir da descrição dos usos sociais, apresento as formas possíveis e mais comuns de conexão usadas pelos moradores, suas estratégias para a garantia do consumo do acesso à Internet e as suas performances no Ciberespaço. Para tal, uso registros do caderno de campo digital, dados quantitativos resultantes da aplicação de um instrumento de questões fechadas usado em grupos focais, entrevistas individuais e em acesso dos informantes ao Google Docs a meu pedido.

Assim, o primeiro eixo é constituído pela discussão das formas de produção da identidade nas interfaces entre sujeitos pela conexão, o recurso à reconstituição da genealogia das formas de conexão presentes na história da comunidade desde a chegada dos primeiros moradores culmina na identificação de suas bases de acesso preferenciais hoje (Celulares e Computadores de mesa). A partir daí, apresento as formas de acesso à Internet mais usadas

pelos moradores, considerando as suas preferências e as condições de oferta do serviço na região da Grande Terra Vermelha.

O segundo eixo trata da consideração da experiência do acesso como prática de consumo, a sua operacionalização (custos, orçamento, investimento familiar, processo de aquisição) e as controvérsias subjacentes à afirmação do consumo como caminho para a inclusão social. Esta parte do trabalho é encerrada com considerações acerca da identidade e limites da designação “nova classe média brasileira” ou “Classe C”, bem como a hipótese da emergência de certo tipo de expertise desenvolvida pelos informantes no processo de consumo de TIC’s.

O terceiro e conclusivo eixo consiste da apresentação das motivações que os moradores da Grande Terra Vermelha têm para acessar a Internet. A descrição das agências e performances dos informantes tanto na dimensão material do consumo de TIC’s, como na dimensão digital da vida da comunidade (online) revelam a importância que a conexão à Internet tem na construção e na manutenção das associações na localidade, gerência de performances, a negociação de emoções e o processo de *autopoiesis* dos sujeitos se movimentando de forma descontínua diversificada em diferentes redes de trocas.

## **1.2 A viagem e o destino: apresentando o tema e a questão**

A ampliação do consumo de Tecnologias de Informação (TIC’s) verificada no Brasil nas últimas décadas e as expectativas projetadas em torno do setor para os próximos anos colocam o fenômeno no centro de diferentes possibilidades de análise e discussões. Os investimentos e desembolsos em tecnologia da informação e comunicação (TIC) vão crescer ainda mais em 2014. Tais constatações e projeções técnicas podem indicar transformações importantes no tecido social, uma vez que sujeitos reais protagonizam jogos tanto nos circuitos de produção de novas tecnologias, quanto no mercado onde tais informações circulam, em transações econômicas em formas diversas.

Tanto diagnósticos feitos pelos governos quanto pelo setor privado nem sempre enxergam que “a cidade é, no sentido forte, “petizada” pelo sujeito: “[...] este a re-fabricou para seu uso próprio desmontando as correntes do aparelho urbano; ele impõe a ordem externa da cidade a sua lei de consumo do espaço” (CERTEAU, 2007, p. 45). Assim, nos bairros, por exemplo,

podemos identificar dinâmicas de consumo-socialização peculiares, onde a TIC's como outros bens de consumo constituem em relações domésticas ou na vizinhança “vitrine do progresso técnico e da racionalização do cotidiano, instrumento de uma vida melhor, onde o conforto tornou-se a figura central da felicidade e repouso, dos gozos fáceis possibilitados pelo universo técnico-mercantil” (LIPOVETSKY, 2007, p.219).

O que denominamos “Consumo do Acesso ao Ciberespaço”, constitui componente marcante do layout das cidades contemporâneas, não raramente viabilizado por meio de estratégias que contornam qualquer tipo de regulamentação formal ou controle fiscal. Por até R\$ 30,00, no Brasil, moradores das favelas conseguem uma conexão de Internet banda larga de velocidade de dados limitada, mas que, pela via do “Gato” (categoria nativa que designa desvios de curso nas redes de abastecimento de energia elétrica, TV a cabo e mais recentemente, Internet), permite fugir do acesso discado e da "exclusão digital".

Os "gatos" costumam funcionar onde as concessionárias não oferecem seus serviços de acesso à Internet ou oferecem em condições incompatíveis com as demandas e poder de aquisição da maior parte dos moradores de certas comunidades, embora este não seja em regra sua condição de existência. Estudos já realizados neste sentido, como o de Yaccoub (2010), acerca de arranjos ilegais para consumo de serviços de energia elétrica em São Gonçalo/RJ apontam que mesmo famílias “com alto padrão de consumo” residentes em áreas populares “têm “gato” em suas casas. Ao perguntar o motivo, responderam simplesmente que sempre fizeram, consideram a tarifa da Ampla alta demais, e que não querem deixar de se beneficiar do conforto que “lutaram” tanto para conquistar. Não consideram justo o valor cobrado e dizem que com o dinheiro que “poupam” com a conta de energia “preferem” gastar comprando outros bens, como roupas, shows, trocando de carro, etc. (YACCOUB, 2010, p. 214-215).

O Consumo do acesso ao Ciberespaço tem na agenda de diferentes segmentos sociais posições equivalentes a pontos de pautas clássicos como emprego, moradia, educação. Isto porque o Ciberespaço cada vez mais é percebido como lugar de visibilidade para diferentes grupos. Com ou sem a mediação do Estado ou qualquer outra organização sem fins lucrativos, as pessoas têm encontrado formas incontáveis de inclusão.

A ampliação do crédito e as possibilidades de aquisição de equipamentos eletro-eletrônicos, dentre eles computadores celulares e mesmo serviços de telefonia e TV a cabo consubstanciam movimentos locais nas mais distintas comunidades de acesso a bens e serviços. Segundo dados do IBOPE/NIELSEN, de dezembro de 2009, no que toca especificamente às TIC's que facilitam acesso à internet, o Brasil era o 5º país com o maior número de conexões à Internet. Nas áreas urbanas, 44% da população estava conectada à internet 23,8% dos domicílios brasileiros estavam conectados à Internet. São 60 milhões de computadores em uso. Por sua vez,

O número de usuários da Internet passou de metade da população brasileira pela primeira na vez. Em 2013, os internautas somaram exatos 51% dos cidadãos com mais de 10 anos de idade, ou 85,9 milhões de pessoas. Entre os principais fatores que contribuíram para o marco inédito estão o aumento exponencial no uso de celulares para conexão com a rede e a multiplicação de equipamentos portáteis, como notebooks e tablets. É o que indica a nona edição da pesquisa TIC Domicílios, divulgada ontem pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br). Em relação ao perfil dos usuários, os jovens continuam a ser os mais conectados: 75%, entre os brasileiros de 10 a 15 anos; 77%, entre os de 16 a 24; e 66%, entre os de 25 a 34 anos. Já entre os indivíduos na faixa de 35 a 44 anos, 47% disseram fazer uso da rede. E, apesar de a parcela de usuários acima de 45 anos continuar a crescer, saltando de 39% do segmento, em 2012, para 44%, em 2013, a faixa etária ainda é a que mais tem brasileiros fora da rede: 45 milhões de pessoas (JANSEN, 2014) <sup>3</sup>.

Boa parte dos pesquisadores concorda que existem peculiaridades no manuseio que perfazem os sujeitos que acessam a internet em condições específicas e comuns. Slater e Miller (2004), por exemplo, indicam a partir de investigação realizada em cibercafés em Trinidad e Tobago que:

Nem a Internet é dada como uma tecnologia que é o objeto de estudo, nem Trinidad é separado como um contexto social ou cultural. Ao contrário, nós objetivamos examinar a Internet como um processo cultural trinitino, assim como entender como Trinidad pode agora ser, dentre outras coisas, um produto do uso da Internet (SLATER; MILLER, 2004, p. 47).

No caso do acesso à Internet por meio dos 'gatos', embora estabelecidas em margens informais, na maioria das vezes, o consumo é mediado por algum tipo de "pagamento", onde os sujeitos com rendimentos próprios procuram assegurar o acesso ao Ciberespaço, ou seja, em outros termos, em raros casos o "Gato" de Internet significa acesso ao sinal sem custos.

---

<sup>3</sup> JANSEN, Thiago. Número de Internautas no Brasil alcança percentual inédito, mas acesso ainda é concentrado. Jornal O globo. Rio de Janeiro, Junho de 2014. Seção Tecnologia. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/numero-de-internautas-no-brasil-alcanca-percentual-inedito-mas-acesso-ainda-concentrado-13027120#ixzz3CjmUKoSF>>. Acesso em 03/07/2014.

Outra forma de acesso pago pelos usuários é feito em Lanhouses,

[...] que depois das residências são o lugar de onde o brasileiro mais acessa a Internet. Dados do IBGE de 2010 mostram que 35,2% dos internautas do país usam a rede nesses locais, que só perdem para o acesso residencial, que tem 57,13. Por sua vez, Menos de 1% das 108 mil Lan houses abertas no Brasil têm alvará de funcionamento. Os dados são de um estudo apresentado hoje pela coordenadora da Conexão Cultura da Fundação Padre Anchieta, Ana Ralston, na primeira audiência pública da Comissão Especial Centros de Inclusão Digital - Lan House (NERI, p. 2012, p.52).

Estudos anteriormente realizados como a pesquisa feita pelo Comitê Gestor da Internet em 2005, 17,59% dos acessos à Internet no Brasil eram feitos através dos centros públicos de acesso pago, o que já demonstrava a importância dessa forma de acesso à rede. Em 2007, outra pesquisa foi realizada e a importância das Lanhouses como fator de inclusão digital ganhou ainda mais relevância. Nada menos que 49% de todo acesso à Internet no Brasil era feito dentro de *lan houses*, sendo que, quanto mais jovem e pobre, esse índice aumentava ainda mais. Na região Nordeste esse índice chegava a incríveis 67% e na região Norte 68%. Em famílias com renda até R\$ 380,00, o índice chegava a 78%.

Entre 2005 e 2008, especialmente, quando os computadores e a banda larga tornaram-se mais acessíveis, a quantidade de usuários dos cibercafés aumentou bastante. Nesse período, os consumidores cresceram 75% e o acesso à internet por lan houses era maior no Brasil do que a internet doméstica, fazendo delas a principal forma de se conectar à web. A partir de 2010, no entanto, o acesso doméstico voltou a superar as lan houses. Atualmente, 28% dos brasileiros têm nesses espaços uma das formas de se conectar à internet, de acordo com dados do TIC Domicílios e Usuários de 2011 - o mesmo estudo diz que 67% do acesso era feito em casa (JUNQUEIRA, 2012) <sup>4</sup>.

Parecem-me significativos os dados uma vez que sinalizam que são justamente formas de acesso mediante pagamento com recursos próprios em arranjos ou redes de consumo como “GatoNet” ou “Favelox” (termos cunhados pelos próprios usuários deste tipo de serviço em ambiente doméstico) e *Lan houses* ou Cibercafés ou por meio de dispositivos móveis, especialmente os celulares que dão lucro para os empresários. Além disso, movimentam um complexo mercado informal nas localidades, tendo em vista os baixos custos de implementação e manutenção desse negócio uma vez que, de um modo geral, funcionam na informalidade, apresentam-se como maior fator de inclusão digital no Brasil, principalmente entre os mais jovens e as classes mais pobres, sendo fruto do empreendedorismo das pessoas

---

<sup>4</sup> JUNKEIRA, Daniel. O que aconteceu com as lan houses no Brasil? UOL. Seção Olhar Digital, agosto de 2012. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/lan-houses-se-tornaram-centros-de-inclusao-digital/>> Acesso em 08/09/2014.

da própria comunidade<sup>5</sup>.

Desvios (“gatos”) não são encontrados apenas como partes estratégicas individuais em situações competitivas, mas podem ser institucionalizados de várias formas que removem ou protegem objetos dos contextos mercantis socialmente relevantes (APPADURAI, 2008, p. 38).

Menos que apontar causas econômicas, interessa identificar e compreender tais estratégias de acesso ao Ciberespaço como portadoras de sentido cultural amplo, mesmo porque são múltiplos os sentidos que as pessoas podem atribuir as suas próprias ações, o que revela suas expectativas em relação ao conjunto de instituições e padrões jurídicos e regras de mercado com os quais lidam, o que em parte, definem suas escolhas diárias.

Diante do entendimento de que formas de apropriação e manuseio diferenciadas do acesso à Internet são desenvolvidas pelos grupos sociais, que a partir da sua identificação e interpretação é possível conhecer as categorias nativas e certos aspectos do consumo de TIC’s invisíveis a grandes pesquisas de cunho estatístico, me propus a *investigar as práticas de Consumo do Acesso ao Ciberespaço*, procurando identificar e dar visibilidade por meio de pesquisa etnográfica aos diferentes usos e contrausos empregados por múltiplos atores envolvidos em processos de compra, venda e distribuição da conexão, tomando como campo empírico a comunidade da Grande Terra Vermelha, na cidade de Vila Velha/ES.

### 1.3 Por que estudar os padrões de consumo de acesso à Internet?

As práticas de *Consumo* e manuseio de TIC’s, especialmente o *Ciberespaço*, constituem canais extremamente férteis e eficientes por meio dos quais hoje, no Brasil, se expressam gostos, valores, trajetórias, uma vez que podem revelar experiências de sujeitos e grupos e a forma como atualizam em suas contradições em negociações com sistemas culturais locais.

O *Consumo* permite a presentificação dos sujeitos na cena cultural à medida que emerge como linguagem privilegiada na Modernidade. Apresenta-se como *evento significativo*, por meio do qual podemos verificar nas relações sociais renegociações constantes de categorias culturais de ordens distintas (SAHLINS, 1988). Universo de ação onde as trocas materiais mais que instrumentais e orientadas por uma razão por demasiado prática, constitui-se como

---

<sup>5</sup> Disponível em: < <http://www.overmundo.com.br/> > . Acesso: 25/05/2010.

espaço de produção e reprodução cultural, por meio do qual “[...] o indivíduo vive mitos, sonhos, rituais que legitimam o modelo de produção industrial e de consumo de massa, transformando-se naquilo que de fato interessa ao sistema – o cidadão consumidor” (LEOPOLDI, 2009, p.198).

O Consumo, não raras vezes, é visto como alienação, falta ou perda de autenticidade e um processo individualista e civilizador.” (BARBOSA, CAMPBELL, 2006, p.21), que tem sido questionado por muitos estudiosos e mais recentemente reconhecido também como forma de um “materialismo especial” que permite ao sujeito distinguir “que o prazer certas que emoções proporcionam está relacionado com a posse de “belos objetos” (GOMES, 2006, p. 80), constitui *lócus* privilegiado para a comunicação:

Quando se diz que a função essencial da linguagem é a sua capacidade para a poesia, devemos supor que a função essencial do consumo é sua capacidade de dar sentido. Esqueçamos a idéia da irracionalidade do consumidor. Esqueçamos que as mercadorias são boas para comer, vestir e abrigar; esqueçamos sua utilidade e tentemos em seu lugar, a ideia de as mercadorias são boas para pensar: tratemô-las como um meio não verbal para a faculdade humana de criar (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2006, p. 108).

Seja por apelos utilitários, emocionais ou ideológicos, as categorias culturais nativas são presentificadas na identidade de consumidor. A liberdade da “cultura do consumo” de uma forma particular que é crucial para a modernidade, principalmente sua versão liberal:

A escolha do consumidor é um ato privado. Em primeiro lugar é privado no sentido positivo de que se dá no domínio do privado [...] a relação entre privacidade e liberdade é fundamental para ideia do indivíduo moderno [...] a escolha do consumidor é apenas uma versão mundana dessa noção mais ampla de liberdade privada, individual (SLATER, p. 35, 2002).

Mesmo o consumo sendo realizado em escalas e níveis diferenciados entre os segmentos sociais, ele não deixa de fazer parte da vida dos sujeitos que, em muitas ocasiões, tomam-no como recurso preferencial para demarcar posições, por meio da constituição de arranjos diversos que permitam seu acesso ao mundo dos bens que vão desde a pirataria, os amplos e infundáveis financiamentos, que “[...] não é uma solução encontrada pelos pobres, mas uma alternativa viável que permite a inclusão via consumo continuar a ser um horizonte” (CASTILHO, 2006, p.144).

Em muitas ocasiões, a condição de consumidor permite ao “indivíduo, família ou grupo sentir-se pertencendo a uma comunidade”, uma vez que entre as classes populares, por exemplo, no consumo individual ou coletivo de bens como eletrodomésticos, aparelhos eletrônicos, dentre estes computadores, celulares e similares a partir dos quais se pode estabelecer conexão com a Internet, atuam como acessórios que servem como “[...] elementos estruturantes das memórias e novas identidades que se forjam” (CASTILHO, 2006, p. 141).

Além de um tipo ideal de consumo marcado pela ampla posse de capital e capacidade de participar dos cenários de “consumo legítimo” corporificado principalmente em mercados formais como shoppings, lojas de departamento ou qualquer outra forma de comércio legalizada, aquele realizado em espaços de comércio como camelódromos, feiras-livres ou mesmo práticas como o “gato”, ainda que “[...] o desvio de mercadorias de sua rota costumeira sempre carregue uma aura arriscada e moralmente ambígua” (APPADURAI, 2008, p.44), atualizam de alguma forma as noções de “individualidade” e “autonomia”, signos modernos ainda presentes em relações locais seja em avaliações morais depreciativas ou afirmativas.

Os consumidores com menor poder aquisitivo também processam suas escolhas e as hierarquizam em termos de uma escala de valores assim como consumidores de outros estratos sociais (BARROS, 2007) o que pode ser verificado especialmente no consumo de bens simbólicos como a Internet.

Castells (2001) diante das novas tecnologias de informação e comunicação e de seus impactos nas estruturas sociais identifica o que chama de “capitalismo informacional”, inicialmente impulsionado pelas pesquisas militares que são paulatinamente e amplamente utilizadas pelo setor financeiro, justamente em um momento de necessidade de reestruturação do capitalismo.

Nesse cenário, o Ciberespaço coloca-se como um novo padrão institucional com linguagem e inteligibilidade peculiares, uma tecnologia de informação, seu acesso a um bem de consumo de natureza híbrida (espaço humano, político e material conjunto de ferramentas e maquinário), bem simbólico concomitantemente valorizado como mercadoria e carregado de significações e tanto o caráter mercantil quanto cultural (BOURDIEU, 1974), em crescente processo de valoração.

Do ponto de vista do mercado, o acesso proativo dos sujeitos a ambientes virtuais traz questões que modelos analíticos consagrados não conseguem dar conta como a identidade híbrida do consumidor que também é produtor de TIC's, uma vez que participa senão na criação de um produto, pelo menos na certificação de uma marca ou no seu aperfeiçoamento. Se não o fazem em termos materiais ou tangíveis, fazem-no, sobretudo, nos aspectos intangíveis, como fornecedores das matérias-primas narrativas e imagéticas, a partir das quais produtores e profissionais de *marketing* criam novas associações com eles (GOMES, 2007). Além de que:

O fato é que a partir do momento em que o acesso à Internet vem promovendo os usuários, sobretudo as mulheres, à condição de autores (emissores) e colaboradores dos conteúdos que circulam na rede, seja na forma de “escritores” ou mesmo artistas visuais, essas fantasias, que antes ficavam represadas como parte de um “eu” íntimo e indevassável, puderam vir agora a público e serem trocadas coletivamente entre os membros de um *blog*, um fórum de discussão ou mesmo um *fansite*, na forma de uma *fic* (GOMES, 2007, p.333-334).

Do ponto de vista do Estado, existe a preocupação com a garantia do acesso. Entretanto, as políticas públicas de inclusão digital normalmente são restritivas, tanto em termos de logística (não chegam a todos) quanto do ponto de vista da liberdade de ação e navegação no Ciberespaço quando este pode ser alcançado.

O acesso à Internet no Brasil hoje se dá, portanto, num cenário marcado por movimentos do Estado no sentido da infoinclusão que são equacionados a interesses de mercado, somadas às demandas e *modus operandi* dos diferentes grupos de usuários. Neste contexto, no que concerne à garantia da efetiva distribuição do sinal que permite a conexão, são estabelecidas associações entre agentes de redes distintas que, em arranjos produtivos heterogêneos, desenvolvem formas de aquisição diferenciadas, o que procuro discutir nas linhas que se seguem.

#### **1.4 Orientações teórico-metodológicas**

A minha entrada efetiva na Grande Terra Vermelha se deu inicialmente por intermédio do Movimento Popular e, à medida que avançava na exploração do território, me impressionava mais com a arquitetura do bairro, sobretudo no que diz respeito ao emaranhado de fios gigantesco disposto nas ruas ainda sem calçamento.

Aquele macramê foi metáfora pronta para quem leu Geertz (1975) e pensa a cultura a partir de teias de significados. Mas, de imediato, a associação se limitou às ligações clandestinas, os *chat lumière* (“gatos de luz”), olhar que mais tarde, em outras incursões na comunidade, se ampliaria, uma vez que além dos *chat lumière*, pude identificar outras formas de garantia do acesso à Internet vigorando na localidade.

O emaranhado de fios e cabos dispostos ao longo das ruas da GTV constitui traço da arquitetura e parte do imaginário da comunidade. Procurar identificar início e/ou fim da trama é absolutamente impossível, uma vez que seu traçado impõe ao observador a manutenção do ritmo, de maneira que, depois de um tempo tentando seguir um ou outro cabo/fio, nos vemos circulando pelo bairro. A ideia de circulação é imperativa diante de teias que levam a outras costuras quase que num *continuum*.

Tomado como metáfora, o cenário nos remete à percepção de cultura proposta por Geertz (1975) na qual nos apoiamos:

O conceito de cultura que eu defendo [...] é essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teia de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa à procura do significado (GEERTZ, 1975, p. 15).

E a conseqüente consideração do trabalho do antropólogo diante de tal conjunto de signos como:

O que o etnógrafo enfrenta, de fato (...) é uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e implícitas, e que ele tem que, de alguma forma, primeiro apreender depois apresentar. (...) Fazer etnografia é como tentar ler (no sentido de "construir uma leitura de") um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não como os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado (GEERTZ, 1975, p. 20).

O complexo de interações e suas teias em Terra Vermelha é extremamente dinâmico, de forma que, qualquer observação despreziosa apreende pelo traçado das ruas, o número de pessoas que nela circulam e os diálogos que desenvolvem, trocas estabelecidas entre sujeitos ativos.

Em algumas entrevistas que fiz, foi possível perceber o alto grau de sofisticação na argumentação dos moradores. Uma vez que a identidade de pesquisador é revelada, todo um repertório de sentidos é explorado pelo informante que sabe bem o que deve ou não dizer a cada um que dele se aproxima. Expertise esta desenvolvida a partir de longos anos de recepção de atores “externos” que vão desde representantes do poder público, agências internacionais, ONG’s, a própria mídia e o grande número de pesquisadores que ao longo dos anos circulam naquele território. Assim,

Já não é possível limitar os atores ao papel de informantes [...] é preciso devolver-lhes a capacidade de produzirem as suas próprias teorias acerca do que forma o social. [...] É preciso seguir os próprios atores, tentar lidar com suas inovações muitas vezes indomáveis, de modo a aprender com eles, o que a existência coletiva se tornou nas suas mãos, que métodos é que elaboraram para a ajustar e quais são os relatos que melhor definem as novas associações que foram obrigados a estabelecer” (LATOURETTE, p. 23, 2006).

A tarefa de identificação e interpretação das categorias nativas, por sua vez, exige recursos metodológicos consistentes. Neste sentido, a noção de “Redes” amplamente usada em vários campos e por diferentes atores para a designação de distintos objetos e eventos me ajudou a explorar o território. Longe de constituir uma novidade, a palavra é antiga e a história dos seus usos descreve um longo percurso desde o século XVII (MERCKLÉ, 2004). Entretanto, recentemente, ganha conotações muito particulares que ampliam o espectro polissêmico do termo, o que tanto explica em parte o seu sucesso, quanto lança dúvidas acerca da coerência do conceito (Musso apud Parente, 2003).

Quando o núcleo da análise é a Cultura, o termo “Rede”, ainda que carregado de sentidos diferenciados, inegavelmente apresenta-se como “um receptor epistêmico ou um cristalizador, eis porque tomou, atualmente, o lugar de noções outrora dominantes, como sistema ou estrutura.” (Musso apud Parente, 2003, p. 17) Portanto, a popularidade do conceito e o reconhecimento de suas capacidades descritivas e explicativas ultrapassam hoje os limites das ciências sociais (PORTUGAL, 2007), apresentando a sociedade contemporânea como “uma rede social complexa” ao mesmo tempo que demonstram “pequenez do grande mundo onde vivemos” (BARABÁSI, 2003, p. 07).

As análises de Rede e suas bases teóricas, metodológicas e empíricas resultaram, em grande medida, da procura de soluções para problemas teóricos e empíricos que os investigadores

não conseguiam resolver à luz dos quadros conceptuais dominantes em suas disciplinas (PORTUGAL, 2007, p. 03), o que não necessariamente implica na afirmação da emergência de um novo paradigma ordenador e unificador de todas as ciências, mas, sem dúvida, um poderoso indicador de um movimento de reavaliação de categorias e métodos, marcado pela abertura, ainda que mais factível em certos campos que em outros, à experimentação e criação no universo acadêmico.

Fatos científicos são fatos sociais que não resultam apenas de trabalho intelectual e discursivo, mas que também são resultado de arranjos muito mais complexos que envolvem práticas distintas que são determinantes para o desdobramento do empreendimento pesquisa.

Digamos que não está em debate a capacidade de agenciamento dos seres humanos. A questão consiste em saber quais são os agenciamentos que existem e que são capazes de fazer, de pensar e de dizer, a partir do momento em que se introduz nestes agenciamentos, não só o corpo humano mas os procedimentos, os textos, as materialidades, as técnicas, os conhecimentos abstratos e os formais, etc. Neste sentido temos agenciamentos muito diferentes uns dos outros e que são capazes de fazer coisas igualmente diferentes (CALLON, 2008, p. 15).

A breve descrição do processo de constituição do território Terra Vermelha, bem como a apresentação de algumas cenas do que se pode chamar de breve história dos usos e contrausos dados à Internet em seu interior, me permitiu visualizar diferentes interações e agências delas decorrentes, seja no universo da *Lan house*, do telecentro, da escola ou em domicílio, o acesso à Internet se faz a partir de um conjunto de negociações, que incluem especialmente um conjunto de objetos técnicos (computadores, celulares, roteadores, cabos e afins) e distintas redes que operam naquele território. Território este que, se converte em “laboratório” cujas condições de trabalho como LAW (2011) já chamara a atenção, é marcado por uma série de controvérsias que evidenciam a gama de redes em que o labor do etnógrafo está envolvido.

A distribuição do acesso à Internet é fruto de complexas negociações cujos protagonistas não estão previamente definidos. Exemplo claro disso é a constante inclusão de novos atores nas associações, seja em função da intervenção do Estado tendo em vista a implementação de políticas públicas de inclusão digital, da oferta diferenciada de serviços das concessionárias, assim como a alteração em quadros de comando na localidade seja no que diz respeito ao movimento comunitário ou ao domínio de facções criminosas. A partir destes imponderáveis, as redes vão se reconfigurando, exigindo agilidade do pesquisador.

A partir do momento em que as coisas vão mal, as interações entre redes diversificam-se e o que era simples torna-se brutalmente complexo: o cientista-empresário descobre, então, uma multidão de agentes que não conhecia e com os quais deve negociar a regularidade de seu fornecimento (LAW, 2011, p.11).

Muito mais que o resultado da movimentação de indivíduos, estas reconfigurações constantes no tecido social muito comuns na GTV, são constituídas a partir da própria dinâmica de associações-verbo. “Verbo” porque seus efeitos não constituem enumerações de performances justapostas e autônomas, mas sim, por funcionarem como conjunto heterogêneo que produz mesmo e por meio de suas contradições internas seus próprios ruídos; “[...] uma rede de atores é simultaneamente um ator, cuja atividade consiste em fazer alianças com novos elementos, e uma rede, capaz de redefinir e transformar seus elementos” (CALLON, 1986, p. 83).

Assim como construções feitas diariamente dos atores em múltiplas redes, o âmbito da comunidade, a própria atividade de pesquisa constituem um empreendimento em que investimentos são feitos orientados por lógicas diversas. A suspensão temporária das minhas visitas à comunidade no mês de março de 2014<sup>6</sup> em função de um momento particular de tensão onde algumas redes colidem, indicam a impoderabilidade do que desejo observar, já sinaliza que, embora necessária, qualquer tentativa de programar a etnografia, privilegiando uma ou outra categoria analítica e/ou instrumento de investigação, estará sujeita à negociação no decorrer da pesquisa, uma vez lógicas distintas incidem em sua execução. Exemplo disso foi o privilégio dados pelos informantes às conversas via chat do Facebook praticamente em todas as minhas investidas em conversas face-a-face.

[...] a ciência de laboratório não é puramente, nem mesmo principalmente, uma atividade cerebral. É antes uma questão de organização, e sua prática exige um comportamento próximo àqueles que se atribui aos empresários. Meu objetivo não é, ao dizer isto, de atacar ou de criticar as ciências. Proponho a noção de empresário como metáfora útil a fim de refletir sobre a natureza da atividade científica. Todos os cientistas que obtêm algum sucesso trabalham criando e combinando uma série de recursos heterogêneos de tipo conceitual, físico, econômico e humano: em uma palavra, agem como todos os empresários (LAW, 2011, p. 03).

O reconhecimento de tantos empreendimentos em curso pode evidenciar a impotência do etnógrafo diante da percepção da complexidade e velocidade de tramitação de fenômenos que

<sup>6</sup> [...] A briga pelo comando das bocas de fumo [.., entre traficantes dos bairros Cidade da Barra, Barramares e Morada da Barra, teve outro episódio na terça-feira (11). Passageiros que estavam dentro de um ônibus da linha 616, que faz o trajeto Terminal de Itaparica-Vila Velha, foram obrigados a descer do coletivo e ir para casa a pé. FOLHA VITÓRIA. Tráfico impõe regras para moradores da Morada da Barra, em vila Velha. Seção Polícia, março de 2014. Disponível em <<http://www.folhavoria.com.br/policia/noticia/2014/03/briga-entre-traficantes-causa-medo-em-moradores-de-vila-velha.html>>. Acesso: em 12/03/2014.

se colocam na mira de suas lentes desejosas de conhecimento. Impotência criativa que, análoga à experiência de Pandora, passa a ter que lidar com cada fato/entidade como o resultado da bricolagem de muitos materiais. A caixa de Pandora é a “caixa preta”, o mundo de conexões encerrado em qualquer objeto que se ponha sob investigação por ciências compreendidas como Redes. Deste modo, as práticas empreendidas para garantir o acesso à Internet podem se revelar como uma “caixa preta” a ser cuidadosamente aberta e vasculhada, uma vez que os elementos nela circunscritos podem revelar muito da experiência que os moradores em interface com as novas TIC’s protagonizam.

Para enfrentar tal desafio, uma das sugestões de Latour para a uma investigação consequente é procurar rastrear associações, persegui-las a partir dos vestígios que vão produzindo sob a forma de materialidades diversas. No meu entendimento, os meios utilizados para o acesso à Internet como outros constructos, são frutos dos movimentos não lineares de redes cujos padrões de associações que as constituem deixam “rastros” (de disputas pelo controle do território, desejo de ampliação do repertório de bens de consumo dos/pelos moradores, de modos diferenciados de recepção e apropriação de políticas estatais e de mercado, etc.) as quais precisava seguir. As redes, sendo constituídas de associações, por sua vez, se consubstanciam a partir de modos particulares de “agenciamento”.

O agenciamento tem a virtude de designar a agência e de não reduzi-la ao corpo humano ou aos instrumentos que prolongam o corpo humano, mas de designá-la nos conjuntos de configuração de arranjos em que cada elemento esclarece os outros e permite compreender porque o agenciamento atua de certa maneira (CALLON, 2008, p. 15).

Como já pontei anteriormente, a agência não parte de um núcleo humano puro, sendo resultado do entrelaçamento de elementos heterogêneos e de composições diversas. Tal disposição se evidencia de forma privilegiada a partir das práticas de acesso à Internet, uma vez que, por exemplo, determinados componentes técnicos tornam-se cada vez mais indispensáveis nos processos cotidianos, como os próprios nativos sinalizam, o acesso é uma demanda real para arranjar trabalho, para participar de interações simples outrora diretas e hoje potencializadas pelos recursos de comunicação (email, Short Message Service [SMS], sites de relacionamento como o Facebook amplamente usados pelos moradores de todas as faixas etárias e mesmo o acesso a serviços de primeira necessidade como bancos, agendamento de consultas médicas, emissão de documentos de identificação e tributos instituídas pelo “Governo Digital”).

Os chamados agentes não-humanos compreendem um espectro de seres que vão desde o aparato material, passando por organizações, instituições e seus protocolos, até quadros normativos e/ou prescritivos e explicativos diversos. Nesse sentido, a definição de objetos, espacialidade e temporalidade legítimas e preferenciais aos investimentos do etnógrafo será construída em cada circunstância e potencialidades nela contidas expressam o que Callon (2008) sinaliza como virtude de “designação” da ação que o agenciamento carrega, mas não a perpetuação de seus efeitos, uma vez que os seres, humanos e não-humanos não estão prontos, mas em perene processo de constituição. Assim, além da pesquisa face-a-face, não descartei a possibilidade bastante concreta de rastrear sinais no próprio Ciberespaço, seja observando sites das entidades que desenvolvem trabalhos na GTV, fóruns, páginas pessoais e institucionais, vídeos postados no Site Youtube e a interação a partir de sites de relacionamento.

O sujeito do agenciamento são os atores, aqueles que “produzem efeitos na rede, que a modificam e por ela são modificados, estes elementos devem fazer parte de sua descrição.” (LATOUR, 2006, p. 57). Entretanto, o próprio Latour alerta que não é possível antever que atores exercerão efeitos na rede, é preciso segui-los. Tal limitação me colocou diante da exigência de uma investigação de fôlego, procurando inscrever e descrever, como já indiquei antes, os atores que compõem o processo de negociação do qual emergem os diferentes modos de consumo do acesso à Internet na GTV.

Num jogo de forças heterogêneas como o que se desenrola na favela, onde o tecido social se reconfigura constantemente, posições se alteram e ordens se estabelecem e igualmente arrefecem, movimento importante a ser considerado é o de “entredifinição dos atores”. Momento em que conjuntos, arranjos temporariamente estabilizados experimentam de forma mais aguda o “risco” que Redes em movimento oferecem, “[...] é por isso que as identidades dos atores e seus respectivos tamanhos são temas permanentes nas controvérsias que se estabelecem” (CALLON, 1986, p. 16). Somam-se as expectativas de sujeitos intencionais de alguma forma conectados a signos de macro-forças como movimento de contracultura e os programas oriundos de seu complexo pautados em experiências de reflexividade (BECK, GIDDENS, LASH, 1997), ontologia das emoções (CAMPBELL, 2001), perspectivas construtivistas, lúdicas e interativas florescem num campo fértil à crítica de uma racionalidade instrumental, de modelos disciplinares e classificatórios demasiado rígidos e restritivos, nos

quais o acesso à Internet em Telecentros e Escolas é condicionado (a navegação a partir destes espaços além de limite de tempo, horário, é regulado por restrições ao acesso a determinados sites). Mesmo que existam constrangimentos ao acesso feito a partir dos celulares ou de casa, certamente permitem mais autonomia ao usuário, o que sem dúvida, contribuirá no processo de estabilização de certos arranjos internos que favorecem a sobre-determinação de certas associações em relação às outras. Este desenho consiste na “tradução” de orientações postas por agenciamentos de determinado momento.

Os atores (individuais e coletivos/humanos e não-humanos) trabalham constantemente traduzindo suas linguagens, seus problemas, suas identidades ou seus interesses para os outros. É através deste processo que o mundo se constrói e se desconstrói, estabiliza-se e desestabiliza-se (CORCUFF, 2001, p.112).

O consumo do acesso à Internet a partir da casa e via dispositivos móveis, neste contexto, perfila como uma modalidade de tradução uma vez que estas,

[...] cadeias são trabalhadas por diferentes atividades: estratégias concorrentes, confrontação nas provas de força, um trabalho de mobilização e recrutamento, a elaboração de dispositivos de interesse e pontos de passagem obrigatórios a fim de selar alianças e associações entre atores e a emergência de porta-vozes destas associações sobretudo (CORCUFF, 2001, p.112).

O dilema de manter o “capital de conectividade” enfrentado pelos moradores os leva à adoção de novas estratégias, no intuito de aquiescer associações poderosas com atores emergentes e arranjos em franco processo de estabilização. Neste contexto, emergem mediadores importantes que, “[...] com o uso de diversos dispositivos de inscrição, o traduzem outros atores numa vontade única da qual eles se tornam porta-vozes” (LATOURET, 2005, p. 51). Ou seja, consolida-se uma nova estabilização apoiada em um novo conjunto de interações. Entretanto, o domínio de sua engenharia mantida nas mãos dos “tradutores” revela o prolongamento de estabilizações a partir de certas Redes, cujos arranjos são reconfigurados de forma sagaz por atores que compreendem minimamente o funcionamento de sua órbita.

Os indivíduos, especialmente em meio metropolitano, estão potencialmente expostos a experiências muito diferenciadas, na medida em que se deslocam e têm contato com universos sociológicos, estilos de vida e modos de percepção da realidade distintos e mesmo contrastantes. Ora, certos indivíduos mais do que outros não só fazem esse trânsito mas desempenham o papel de mediadores entre diferentes mundos, estilos de vida e experiências" (:20). Para além de serem figuras mercurianas, prontas à comunicação, essas personagens são capazes de vivenciar esses dois lados da vida urbana. E porque o trânsito muitas vezes requer poder, são vistas como autênticos xamãs (KUSCHNIR, VELHO, 2001, p.24).

A identificação de “mediadores” que ‘facilitam’ a distribuição do sinal de Internet na GTV torna-se fundamental. Sejam eles “gateiros”/técnicos (YACCOUB, 2010), lideranças comunitárias como é o caso da ação do Instituto GG5, agentes do Estado, comerciantes locais, os educadores das escolas da região. Segundo KUSCHNIR e VELHO (2001) os *mediadores* aceleram a comunicação, são intermediários entre mundos diferenciados, tradutores das diferenças culturais. O estudo de biografias e de trajetórias individuais foi um dos recursos que encontrei para falar desses tradutores culturais: os primeiros moradores como D. Joana, D. Penha, Flávio, dentre outros, lideranças como Dettmann, Mery, Herbert, Priscilla, os Irmãos Maristas, os pedagogos como Adriano e Michele e Vera, educadores como Raphael, Carol, Wellington, Neimar e diretores das escolas visitadas, lideranças da associação de pais foram informantes importantíssimos que me permitiram acessar algumas redes, que por seu reconhecimento junto a segmentos da comunidade como interlocutores legítimos, me ajudaram a circular na complexa plêiade de relações nativas.

Mas a tradução, ainda que alimente certo potencial de prolongamento de certas estabilizações por meio de engendramentos de novos arranjos, na mesma medida, pode ser altamente implosiva, se consideramos que novos elementos demandam agenciamentos distintos e agências imprevistas. Neste sentido, Callon (2008) pondera que,

[...] a noção de tradução, creio que apesar de muito trabalhada, ao final, pouco se explorou. Trata-se de uma noção tanto simples quanto fundamental, pois me parece que não podemos descrever a ação, partindo de fontes de origem que são pontos, estruturas ou agentes, mas sim, através da circulação de um certo número de entidades que são mais importantes que os pontos ou as estruturas. Na circulação, as relações são mais interessantes que os pontos relacionados, mas essas relações não se referem ao sentido formal do termo mas, sim, às coisas que circulam. Agora se entende que a idéia de tradução se associa à idéia de circulação. Essa ideia não havia sido expressa assim de forma tão nítida no texto sobre a sociologia da tradução, mas, no texto das redes tecno-econômicas (*Réseaux technico-économique et irréversibilités*), mencionei de modo mais claro a necessidade de descrever o que circula em uma rede (CALLON, 2008, p. 17).

Daí a importância da identificação de mediadores que permitiram compreender melhor a movimentação da complexa rede sócio-técnica implicada na viabilização do consumo de acesso à Internet na GTV. Eles e os demais elementos das redes, suas agências diferenciadas e multifocalizadas compõem a miríade de fios que poderão ser encontradas nas caixas-pretas que tão zelosamente os nativos alimentam em suas práticas cotidianas.

À totalidade de seus arranjos certamente não pude dar conta. A própria alusão hermética às categorias teóricas da TAR que, embora tenha me ajudado muito na pesquisa etnográfica, foi relativizada durante o processo de escrita, de maneira que investi mais na descrição das práticas, procurando mais dialogar com as reflexões teóricas que inclusive não se prendem à noção de redes que a enquadrar os relatos nesse ou naquele modelo. Mas, menos que delinear redes, segui alguns de seus rastros no intuito de compreender um pouco mais, a partir do estudo de um caso específico, o da GTV, as estratégias de consumo de TIC's construídas pelos grupos populares, por meio da identificação de caminhos que garantem o acesso à Internet, bem como os usos e os contrausos que ela recebe no Brasil contemporâneo.

Serviu-me como referência para tarefa etnográfica o que Marcus (1994) denomina processo de elaboração textual reflexiva pelo antropólogo, onde a narrativa é reconhecida não apenas como relato objetivo de categorias nativas, mas também como produto da ação de um sujeito intencional que dialoga com o que estuda. Traço distintivo dessa etnografia: ela supõe que o pesquisador tolere viver em um tipo de *schize*. Conforme o momento, ele faz justiça àquilo que nele é afetado, maleável, modificado pela experiência de campo, ou então àquilo que nele quer registrar essa experiência, quer compreendê-la e fazer dela um objeto de ciência (FAVRET-SAADA, 2005). Não se pretende proceder a conversão ao modelo nativo, mas não se sabe somos que a ele não se é imune. Assim, é preciso encarar as 'afecções'.

O consumo de acesso à Internet se dá a partir de trocas e contratos peculiares, o que coloca a tarefa de revisitação reflexiva à Teoria Antropológica, uma vez que os padrões de consumo de TIC's são pensados a partir das relações entre cultura, tempo e espaço que co-substanciam os usos e os contra-usos das conexões, em negociações de sentidos em sistemas culturais locais. Assim, me detive nas dimensões culturais das trocas, procurando me distanciar das comuns avaliações do fenômeno pautadas na lógica da falta, exploração e implicações unicamente ideológicas. Dei primazia à reflexão em torno das identidades construídas em experiências urbanas contemporâneas sensivelmente afetadas pela presença das TIC's, mais especificamente na construção de associações enviesadas por formas relacionais e emocionais criadas e/ou potencializadas em interfaces com o Ciberespaço, bem como os dispositivos a partir dos quais se produzem as conexões (computadores, celulares, tablets, notebooks, etc.) Sempre, tomando como fios condutores os relatos dos informantes e a apreciação de suas performances. Assim, o que descrevo e discuto neste trabalho não diz respeito à juventude e/ou aos consumidores do acesso à Internet em geral, mas àqueles com os quais travei contato

durante a pesquisa etnográfica que foi situada e dirigida a um grupo e circunscrita num certo território. Certamente não dei conta das diversas redes que nele se movimentam, mas procurei rastrear algumas delas e me proponho a pautar toda reflexão deste trabalho na avaliação honesta delas.

### **1.5 A ciberetnografia: o caderno de campo digital e o nativo, por ele mesmo, em textos e imagens**

Já familiarizada com a “gambiarra” para o acesso ao serviço de energia elétrica comuns na Grande Vitória e a percepção de que na Grande Terra Vermelha se configuravam outros modelos de prática do chamado “gato”, assim compreendi que as TV cabo e Internet eram as “bolas da vez”. Com a ampliação das redes de fornecimento e multiplicação do número de concessionárias, barateamento nos custos dos computadores, o valor do acesso aumentava e como um de seus desdobramentos, também crescia o número de gambiarras. Desejando compreender melhor esse fenômeno, iniciei a pesquisa etnográfica sobre o tema na Grande Terra Vermelha, onde não tardou a constatação de que essa era apenas uma e não a mais efetiva forma de garantir o acesso à conexão na região.

#### *1.5.1 A minha agência em campo*

Comecei minha inserção em campo efetivamente em novembro de 2012 com visitas aleatórias ao território, sem grandes pretensões. Efetivamente, a partir de janeiro de 2013, iniciei uma série de conversas com moradores e concomitante pesquisa documental acerca dos dados populacionais, históricos e índices educacionais, de saúde e criminalidade da região. Neste período, iniciei também o rastreamento de informações sobre a região e moradores na Internet, especialmente através de perfis no Facebook. A cada entrevista presencial, mais crescia a lista de amigos da GTV nas redes sociais. Por sua vez, a cada investida no Ciberespaço, ampliava as possibilidades ampliação do quadro de informantes para o contato face-a-face.

Não criei nenhum tipo de perfil digital específico para a pesquisa no Ciberespaço. Usei as contas pessoais de redes sociais que eu já possuía. Entretanto, comecei a segmentar a observação, agrupando os moradores da região em blocos e grupos usando recursos dos próprios sites que facilitavam o acompanhamento diário.

Visitava a comunidade invariavelmente pelo menos duas vezes por semana em horários alternados e acompanhava diariamente as performances de muitos informantes nos Facebook e Instagram. Nas visitas presenciais, pude conversar com os moradores mais antigos da região e construir uma base de informações elucidativas quanto à história e organização espacial, infraestrutura e articulações políticas e comerciais da região. Foi a partir desses contatos que iniciei a incursão nas igrejas e escolas onde fiz grupos focais com professores e alunos. Lancei mão também um instrumento de pesquisa que continha tanto questões fechadas, quanto abertas. Tal instrumento foi usado inicialmente na abordagem nas escolas, aplicado a princípio como recurso para formalização e mesmo materialização para os nativos das minhas intenções em campo (embora no primeiro contato eu indicasse os meus objetivos, meu discurso lhes parecia evasivo e a demanda por descrições mais objetivas eram constantes). Este instrumento que me parecia apenas uma estratégia para quebrar o gelo acabou sendo extremamente útil para a condução das conversas que travaria nos âmbitos On e Offline<sup>7</sup> ao longo da pesquisa. Foi aplicado em três fases distintas. A primeira delas junto aos grupos focais nas igrejas na escola estadual de ensino médio. A segunda junto aos alunos do ensino médio da Escola Marista e a terceira fase, respondida por alunos do ensino fundamental da escola Marista, grupos focais e durante todas as fases nas entrevistas avulsas feitas on e offline. Entretanto, numa metodologia de base preferencialmente qualitativa, é praticamente impossível determinar *a priori* o número de entrevistas que serão feitas, uma vez que o próprio percurso do pesquisador em campo é que vai determinar a cada depoimento a possibilidade de outras. (DUARTE, 1986). Usei o instrumento em praticamente todas as entrevistas como recurso complementar à simples conversa. Foi aplicado na Escola Estadual de Ensino Médio “Mario Gurgel” e na Obra Marista em Terra Vermelha a seiscentos jovens de 10 a 30 anos, moradores dos diferentes bairros que constituem aquele complexo populacional. A previsão inicial era de alcance de aproximadamente mil e quinhentos jovens, entretanto as dinâmicas cotidianas das próprias escolas não permitiram esse desempenho. Na escola estadual, o questionário foi respondido online via Google Docs com a mediação do professor Wellington que teve papel fundamental neste processo. As limitações de uso da Internet na escola e o meu receio de muitos não se interessassem pelo instrumento sem que eu estivesse por perto, me levou a optar pela versão impressa que, no caso da Obra Marista, os

---

<sup>7</sup>O termo Online diz respeito aos contatos com informantes feitos via Internet. Assim, a designação Offline indica interações feitas em contatos face-à-face, sem a mediação de TIC's.

professores de Sociologia, Raphael, e de Português, Jorge Evandro, aplicaram nas suas turmas, contribuindo de forma decisiva na etapa de coleta de dados.

Fato interessante nessa passagem pelo campo foi que, tanto nas escolas, como nas Igrejas e ONG's onde realizei os grupos focais, uma exigência era comum: a de que houvesse uma contrapartida da minha parte como resposta à disponibilidade dos agentes para a realização da pesquisa. A forma do retorno passava pela apresentação dos resultados acompanhada de reflexões que contribuíssem para o aprimoramento das práticas do grupo. Assim, concordando com a contrapartida, pude realizar atividades em grupos focais com média de 20 a 30 pessoas em igrejas onde o retorno era imediato, uma vez que a reunião consistiria um tipo de formação tomando em conta o próprio tema Ciberespaço que eu deveria conduzir. Nas escolas, o retorno foi a apresentação de dados à comunidade escolar com as devidas reflexões acadêmicas, o que em parte se justifica pelo fato de que me apresentei inicialmente não apenas como doutoranda, mas também como professora da Universidade Federal do Espírito Santo. O fato de ser professora da universidade gerou impactos diferenciados. Dentre os moradores das diferentes redes, o fato de me apresentar como professora parecia ampliar a receptividade, mas também tornava as conversas mais formais. Muito visível era necessidade de elaborar melhor o discurso, pediam desculpas muitas vezes pelos termos que usavam e, frequentemente aludiam as experiências locais a discursos mais globais, como a realidade política do município, ao modelo capitalista de produção, a discursos de pedagogia do oprimido e todo um conjunto de representações que conectavam sempre as experiências locais e a conjuntura sócio-político-econômica do país, a necessidade de conscientização dos jovens e a luta por mudanças na sociedade.

Em relação aos moradores mais velhos e antigos na região, certa alegria, diziam que era uma honra ter um professor da UFES querendo saber da história deles, falavam dos filhos que frequentavam o ensino superior, de como a vida foi melhorando ao longo dos anos, de como o estudo é importante, de como eu era tão jovem e que imaginavam que os professores da UFES fossem mais velhos. Os mais jovens praticamente ignoravam a minha profissão/posição, alguns perguntavam sobre isenção na inscrição para o vestibular, diziam que queriam fazer o curso x ou y, mas a grande maioria parecia não dar muita relevância. Mesmo que a apresentação fosse feita com formalidades como nas escolas, eles aparentemente não se sentiam acanhados ou receosos no contato.

Essa ênfase que dou na identificação que me era referencialmente atribuída se justifica em função de eu ter percebido as diferentes representações que os informantes tinham da minha presença e em que medida essa incidia na interação. O fato é que, como a minha chegada à região foi mediada por lideranças dos movimentos sociais locais, já na apresentação o vínculo mais que de pesquisadora com a Universidade era informado. Sem contar com a presença de vários ex-alunos atuando na região como agentes da Polícia Militar, nas escolas, nos programas de assistência social do Estado ali desenvolvidos. Mas mesmo junto aos que tomavam de forma mais relevante a minha atividade profissional, em pouco tempo as conversas iam ganhando tom informal, as troças e provocações a partir do meu time de futebol, do meu carro que vivia dando defeito e no Ciberespaço a trocas de memes<sup>8</sup> funcionaram como quebra gelo.

Travei contato indiretamente com aproximadamente 150 famílias, ora em visitas presenciais, ora em conversa pela Internet. Foram muitos cafés, muito sol e algumas cervejas compartilhadas. Assisti a shows de bandas de Metal, Gospel, só não consegui ir aos bailes funks. Passei na feira livre, supermercados, comércio, bancos, unidades de saúde; embarquei em várias linhas de ônibus que circulam na região e falei muito pelo celular.

Cessei minhas intensivas presenciais a campo em dezembro de 2013 em função das fortes chuvas que atingiram todo o ES e por considerar que já dispunha de um conjunto rico de informações, mas mantive o acompanhamento por meio de visitas esporádicas e via Facebook até o presente momento. Ao longo de todo esse processo, apresentei minhas intuições de campo à minha orientadora professora Dra. Laura Graziela F. F. Gomes e as discuti com seu grupo de orientandos do PPGA/UFF que muito contribuíram para o aperfeiçoamento do meu olhar etnográfico e teórico ao longo do processo. Diálogos com colegas pós-graduandos e do Departamento de Ciências Sociais/UFES foram também de fundamental importância para a construção do trabalho que aqui apresento.

Em suma, todas essas experiências, além das várias noites sem dormir conversando com informantes pela Internet (durante seis meses inverti meu horário de sono da noite para o dia

---

<sup>8</sup> O termo Meme de Internet é usado para descrever um conceito que se espalha via Internet. O termo é uma referência ao conceito dememes, que se refere a uma teoria ampla de informações culturais criada por Richard Dawkins em 1976 no seu livro *The Selfish Gene*. WIKIPÉDIA. Desenvolvido pela Wikimedia Foundation. Apresenta conteúdo enciclopédico. <Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Meme\\_\(Internet\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Meme_(Internet))>. Acesso em: 08/09/2014.

na maior parte da semana), entre dores nos punhos e olhos fizeram parte da feitura deste trabalho.

### **1.6 A inserção em campo e os primeiros relatos**

Como moradora recém-chegada à cidade de Vila Velha/ES e diante dos constantes problemas com a concessionária de TV a cabo e Internet que contratei e mais do que uma usuária comum do serviço, uma vez pesquisando os padrões de consumo do acesso ao Ciberespaço, muito rapidamente, por intermédio de conhecidos e também como resultado da observação de fóruns de discussão em torno das táticas de para desvio de sinal na Internet, tive os primeiros contatos com os “técnicos” que cuidavam da instalação, manutenção e reparo da conexão. Mas, desta vez, o contato não foi com qualquer “técnico”, mas com um informante privilegiado que “comercializava” no mercado informal a redistribuição do sinal. Depois de saber de suas atividades, foram necessários quatro meses para que ele concordasse em conversar comigo, isso porque o encontro estava sendo mediado por um amigo comum de sua extrema confiança. O fato de saber que eu era funcionária do governo e a suspeita de uma possível fiscalização fez com que o informante recuasse inúmeras vezes. Mas as diversas conversas com seus “clientes” já foram suficientes para a sinalização de um cenário fértil para desenvolver na cidade a minha pesquisa de campo.

O técnico que desviava o sinal para uma vasta cartela de “clientes” era funcionário de uma empresa de telefonia bastante conhecida não só no Espírito Santo. Não quis me encontrar, mas seus clientes me contaram várias histórias de “gambiarra” de Internet em bairros nobres. Como a minha intenção de pesquisa estava ligada às estratégias desenvolvidas pelas classes populares para o acesso ao Ciberespaço, optei pela inserção em uma região conhecida na Grande Vitória por sua formação recente e assustadora explosão demográfica, Terra Vermelha, um complexo de bairros da Região V do município de Vila Velha.

Em outubro de 2012, efetivamente iniciei as conversas com o meu primeiro informante, o Herbert, assistente social da Cáritas/Arquidiocese de Vitória e morador do bairro Riviera da Barra. Os primeiros contatos foram feitos via chat do Facebook, o que mais tarde se tornaria o caminho mais comum e preferido pelos informantes para as nossas conversas. Como uma pessoa bastante engajada no movimento social, as descrições do território de Herbert foram bastante esclarecedoras e focadas, sobretudo, na afirmação de uma imagem diferenciada da

produzida pela grande mídia acerca da região de Terra Vermelha. De fato, as narrativas midiáticas em programas locais de cunho policial e investigativo apresentavam a região como cenário de guerra, pobreza e criminalidade.

Meses antes eu havia participado de uma banca de defesa de monografia<sup>9</sup> de uma aluna do curso de Direito que tomava justamente a produção do discurso midiático sobre Terra Vermelha como “sentença”, como produção de julgamento público, com a construção da “notícia” como avaliação negativa e criminalizadora dos moradores. E não precisa ir muito longe para confirmar esta tendência. Basta lançar o nome de qualquer bairro da Região V no banco de imagens do Google que a maior parte do conteúdo disponível toma a presença das polícias Militar e Civil atuando na região em situações conflituosas.

Assim, Herbert inúmeras vezes ressaltou em suas falas a necessidade de tornar visíveis dimensões da localidade que não eram reveladas normalmente: a presença de muitos trabalhadores honestos, as atividades produtivas e artísticas genuínas e a capacidade de organização para a conquista de melhorias dos moradores. Assim, de forma muito solícita, articulou com sua esposa, Priscilla, uma visita minha à região. A contribuição desse casal foi fundamental para a minha inserção em campo. A própria trajetória deles já diz muito sobre as histórias da maior parte dos moradores da região. Herbert, migrante do sul de MG, chegou à região a princípio como postulante na Congregação Marista que mantém sua casa de formação e iniciação no bairro Riviera da Barra. Priscilla, filha de migrantes baianos da segunda geração (marco geracional que descreverei mais adiante), professora de Português da Escola Marista. Recém-casados, ambos muito envolvidos com a atuação nas Pastorais Sociais da Igreja Católica iniciavam naquele momento sua vida juntos, à espera de Pedro, primeiro filho que nasceria alguns meses depois da primeira visita em caráter de pesquisa na região. Terra Vermelha não era um território completamente desconhecido para mim. Em algumas ocasiões eu já havia passado pela região contribuindo como assessora junto ao movimento comunitário. Mas foi numa tarde de muito calor que cheguei à casa do casal para uma visita exploratória à região.

Priscilla apresentou a sua casa e já sinalizava naquele momento que o bairro Riviera da Barra era considerado na região um dos melhores lugares para viver pela infraestrutura que atraía os

---

<sup>9</sup> RONCONE, Wanise. O discurso midiático em cena: análises do programa “Balanço Geral”. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Direito de Vitória, janeiro de 2013.

moradores com maior poder aquisitivo. Inclusive, na praça do bairro há sinal wi-fi gratuito fornecido pela Prefeitura Municipal de Vila Velha (PMVV), resíduo do monitoramento policial feito em alguns bairros de Vila Velha. Na casa de Priscilla, o acesso à Internet segundo ela informou era feito via modem 3G da operadora Vivo, “com serviço muito precário”, ressaltou a informante. Uma casa com muitos eletrodomésticos, bem diferente da realidade das primeiras famílias que ali chegaram nos anos de 1960.

Seguimos bairro adentro e atenciosamente a informante foi apresentando as ruas, fazendo observações sobre a vida local, as casas, o comércio. Muito rapidamente notei a presença de muitas antenas de captação de sinal de TV a cabo das concessionárias OI, Claro e Sky. Quanto a isso, Priscilla fez questão de registrar que mesmo as mais precárias residências dispunham do acesso e que as pessoas normalmente deixavam de atender necessidades básicas como saúde e alimentação, melhores qualidades de habitação para comprar celulares de primeira geração. Assim, me levou até uma rua onde havia uma casa simples de alvenaria, obra inacabada com uma enorme piscina e área para churrasco.

*“Com o ‘minha casa, minha dívida’, as pessoas estão melhorando as casas delas, mas ficam com uma dívida enorme” (Priscilla).*

A instrutiva visita que Priscilla proporcionou revelou uma gama de bairros surpreendente. Quando de passagem pela Rodovia do Sol, temos condições de estimar a grandiosidade da região, mas mergulhando em seu interior esta se revela mais rica ainda. O que chamou minha atenção nesta primeira incursão exploratória foi a efervescência do comércio, especialmente nas ruas principais dos bairros Jabaeté e Terra Vermelha. Nestas ruas pavimentadas, circulavam um grande número de pessoas, pudemos encontrar um farto comércio e bancos. Na maior parte dos bairros, as moradias são de alvenaria, podemos ver muitas bicicletas circulando uma vez que a maior parte dos bairros situa-se em áreas planas.

Priscilla me levou então à casa de D. Joana, uma das primeiras moradoras. Uma casa grande, em frente à Obra Social Marista onde ela trabalha. Muito simpática D. Joana me recebeu e me concedeu uma tarde inteira de conversa. Contou a sua chegada à região, as dificuldades, lutas, conquistas, vinda dos parentes, como se deslocavam, enfim, um rico e emocionado relato de história de vida. Mais de 40 anos vivendo na região, criou os filhos ali, viu as transformações. Como maioria dos primeiros moradores, era caseira de uma propriedade rural. Não tinha

registro trabalhista, mas ressalta a relação de proximidade com os proprietários-patrões e a imprescindível ajuda dada por eles em situações difíceis como em casos de doença dos filhos e pais, na gravidez e em momentos pessoais desafiadores. Vale ressaltar que boa parte dos relatos desses primeiros moradores enfatiza as relações afetivas e solidariedade mútua entre vizinhos entre si e com os seus patrões. Com a ausência do Estado neste período, todo auxílio vinha dos proprietários conforme seus próprios critérios de concessão de dádivas, não necessariamente no tempo e necessidade dos moradores. As memórias da política deste período, anos de 1960, eram bem evasivas, a vida cotidiana e os dramas privados eram a agenda local. A forma de conexão mediada por TIC's que dispunham nesse momento era o rádio movido a pilhas. Não havia energia elétrica e água encanada. Os deslocamentos, raros, eram feitos para o outro lado da Rodovia do Sol para a Barra do Jucu, onde era possível comprar itens domésticos, ter acesso ao serviço dos Correios, transporte rodoviário, algum lazer e à igreja. Demandas de saúde somente indo ao Centro de Vila Velha ou atravessando a ponte até a ilha de N. Sra da Vitória, a capital. Um longo depoimento sobre datas festivas familiares e católicas, carnaval, Copa do Mundo de Futebol, chegada da TV e do rádio, assim como telefonia na região foram detalhadamente contados por D. Joana revelando bem o que seria a vida de uma família pioneira na localidade. Diversos pontos desse relato serão apresentados ao longo do trabalho, tanto de D. Joana quanto do casal Herbert e Priscilla. Entretanto, o destaque aos depoimentos deles entre tantos outros foi feita com a intenção de chamar a atenção para dois momentos da vida da comunidade: a chegada da primeira geração e moradores e os primeiros desafios e a vida de uma família recém-formada no contexto recente. O salto do rádio à pilha na Modulação de Amplitude (AM) para o modem 3G compreende em seu intervalo uma gama de relações e processos que passam pela híbrida experiência patrimonial, eivada de relações coloniais, empoderamento feudal e reprodução da exploração do trabalhador, clientelismo a dilemas das novas gerações entre mudança e permanência, produção da individualidade de tensões entre indivíduo-pessoa, formulação e releitura criativa dos moradores da cultura no dia-a-dia da comunidade.

### **1.7 Podemos conversar pela Internet?**

Meus investimentos iniciais na pesquisa etnográfica centrados nas visitas às casas e nas conversas face-a-face foram muito produtivas porque, nesse momento, eu procurava acompanhar moradores mais velhos, boa parte deles com mais de 50 anos. Eles normalmente me convidavam para sentar e com muita disposição, desfolhavam rosários de suas histórias a

partir da minha curiosidade. Entretanto, na primeira passagem num grupo focal onde a maior parte dos participantes tinha menos de 30 anos que precisei fazer uma mudança radical no tipo de abordagem. Sempre pedia que eles me informassem ao final da reunião emails, nomes de seus perfis em redes sociais, número de celular. Em todas as ligações que fiz inicialmente usando esses endereços tentando agendar uma conversa que poderia ser onde lhes fosse mais conveniente, surgia a pergunta: *Podemos conversar pela Internet?*

Procurei iniciar minha inserção em campo estabelecendo os primeiros contatos com os possíveis informantes face-a-face temendo, justamente a caracterização da pesquisa como uma proposta de Ciberetnografia baseada apenas nas dimensões online das experiências nativas. Como minha intenção era também observar os fluxos e contra-fluxos entre on e off, fui em busca dos informantes indo à GTV, caminhando pelos bairros e travando contato presencial com potenciais colaboradores e à medida que os encontrando, o contato na e pela própria Internet foi se desenhando como a via preferencial da parte dos moradores. A princípio, levantei hipóteses para essa preferência que passavam pela própria natureza da minha pesquisa, tendo a Internet como núcleo e algum tipo de compreensão nativa de que na conexão é que eu buscava respostas; outra hipótese era a escassez de tempo livre e a possibilidade de adequação de seus horários. Em alguma medida, um pouco dessas motivações também incidiam na inclinação à interação na e pela Internet, mas conversando com os próprios informantes, eles simplesmente indicavam que achavam “melhor”. Este “melhor” poderia significar uma série de coisas, mas dentre elas uma iria se confirmando à medida que o contato se estreitava: a conexão era uma experiência naturalizada entre eles. Fazia parte do seu cotidiano, não era minimizada em comparação ao contato face a face.

As conversas na modalidade digital eram feitas pelo chat do Facebook, por indicação dos próprios informantes. Ali, eu fazia um primeiro contato, verificava qual seria o melhor momento para a conversa. Geralmente, a noite é que a maioria tinha disponibilidade. As conversas não tinham um tempo específico de duração porque eles sumiam, depois de minutos voltavam, o que me obrigava a ficar disponível online para acompanhá-los. Como adotei a prática do copiar e colar num caderno de campo digital o conteúdo das conversas, esse trabalho era exaustivo e não me permitia manter muitas conversas paralelas. O registro das informações a partir dos próprios textos digitais dos informantes possibilitou a constituição de um caderno de campo *sui generis*. Ainda que nas transcrições de entrevistas como historicamente se faz em Antropologia, o etnógrafo procure reproduzir as intensidades

na fala nativa, a margem de interpretação no registro é incontrolável. Diante do texto digital desenvolvido pelo próprio nativo, a tonalidade de suas palavras impressas grafadas por ele mesmo. Tendo em mente o desafio aludido por Marcus (1993) de que “o problema da Antropologia é construir o contexto do seu próprio trabalho” e de que “a liberdade da linguagem seja hoje sua questão crítica fundamental”, passei a refletir sobre o novo estatuto da etnografia. Com um diário de campo digital, construído em diálogo textual com o nativo em ambiente online, mais que as dimensões das experiências subjetivas do pesquisador são colocadas em jogo na escrita. Temos uma empiria em algum nível dialogada também na escritura. Embora a exemplo do que Boyd, Gold e Gilad (2010) discute acerca do texto e os sentidos produzidos no Twitter, que

[...] Nem todos os retweets são um retrato fiel da mensagem original. Quando as pessoas editam o conteúdo retweet, eles podem alterar o significado do original. Mesmo quando o conteúdo não foi alterado, tendo um tweet de contexto pode dar-lhe uma vida própria (BOYD, GOLD, GILAD, 2010, p. 24).

A “verdade” do texto etnográfico, enquanto relato de campo, deixa de ser uma mera descrição do pesquisador e as discussões já não se limitam ao tom que foi dado ao relato, mas à escolha da menção dele em determinado momento do trabalho. Ou seja, as negociações entre empiria e texto são cada vez mais complexas.

Não se trata do desejo de querer estabelecer uma nova modalidade de etnografia, que seria a “virtual”, mas muitas situações vividas na minha pesquisa etnográfica intensificaram indagações que o próprio campo já vem se colocando como acerca de como o *olhar, o ouvir e o escrever* do Cardoso de Oliveira (1998) seriam operacionalizados no trabalho de coleta de dados em ambientes online? Em quais termos deve ser colocada a problemática da autoria quando o nativo também participa da confecção do texto etnográfico? . Assim como na etnografia que já conhecemos, muito mais que a escrita do nativo deve ser observada na pesquisa de campo. Mas é importante indagar se a natureza das expressões possíveis do nativo em seu fabular online, com toda a gama de recursos técnicos disponíveis, frequentemente reinventados por ele não exigiriam novas habilidades por parte do etnógrafo.

Uma das experiências que me fez particularmente pensar sobre essas habilidades foi justamente a percepção de que meus informantes conversavam comigo se deslocando. A portabilidade dos aparelhos celulares permite o deslocamento em conexão o que torna complexa a construção da ideia de territorialidade. Ainda que fisicamente fora da Grande

Terra Vermelha, o sujeito pode permanecer nela em sua dimensão de território digital. O relato de R. C. (16 anos), por exemplo, me dando espontaneamente o seu itinerário (Casa, banho, ônibus, Terminal Rodoviário, shopping, loja tal, etc.) dentre outros me levou à percepção de um território virtual de intensos fluxos a que passei a chamar de GTV Digital, onde as interações vencem a barreira da materialidade, do modelo clássico de georreferenciamento. Enquanto R. C. ia de casa para o shopping suas conversas com amigos da região não foram interrompidas. Suas impressões eram compartilhadas e dialogadas na e pela conexão.

Em que medida a conexão e suas amplas possibilidades de presença impactam as associações? Na atualização dos sentidos culturais? Na forma de presentificação e disposição de atenção do sujeito? O texto dialogado e feito em processo de deslocamento que comporá o caderno de campo deve obedecer às mesmas recomendações de avaliação que outros? Em suma, a interação sujeito pesquisado-pesquisador apropriada pela conexão pode realmente ser posta em equivalência a qualquer outra forma em que esta poderia se desenvolver?

Para Moore (1999) trata-se da necessidade de se elaborar etnografias processuais, que levem em conta as dinâmicas de mobilidade da contemporaneidade que continuamente desafiam os conceitos e práticas tradicionais da antropologia. Para Gupta e Ferguson (1997), a crescente intensificação da circulação dos fluxos culturais – aquilo que Appadurai (1998) tão brilhantemente apreendeu através do conceito de *scapes* - traz a etnografia para o “fim de uma era”. Nesse sentido, provoca na prática antropológica a necessidade de se repensar o “local” como conceito fundante da prática etnográfica. Nesse sentido, os autores propõem que a etnografia, enquanto metodologia distintiva da antropologia, tem um compromisso muito maior com questões epistemológicas e políticas relacionadas com a *localização* do que com o *local*. Para Clifford (1997) trata-se de pensar no campo mais como um *habitus* do que como um lugar (SILVA, 2010, p. 32).

No Ciberespaço o pertencimento e a autoatribuição de identidade podem ser produzidos fora dos limites territoriais materialmente pensados. É possível acompanhar, por exemplo, um grupo como o dos residentes da plataforma Second Life<sup>10</sup> sem necessariamente tomar contato presencial offline com estes. Mesmo mantendo contato offline com os meus colaboradores, além das conversas presenciais, observei suas experiências de escritura nativa na modalidade

<sup>10</sup> O Second Life (também abreviado por SL) é um ambiente virtual e tridimensional que simula em alguns aspectos a vida real e social do ser humano. Foi criado em 1999 e desenvolvido em 2003 e é mantido pela empresa Linden Lab.<sup>2</sup> Dependendo do tipo de uso, pode ser encarado como um jogo, um mero simulador, um comércio virtual ou uma rede social. O nome "*second life*" significa em inglês "segunda vida", que pode ser interpretado como uma vida paralela, uma segunda vida além vida "principal", "real". Dentro do próprio jogo, o jargão utilizado para se referir à "primeira vida", ou seja, à vida real do usuário, é "RL" ou "*Real Life*"<sup>3</sup> que se traduz literalmente por "vida real". WIKIPÉDIA. Desenvolvido pela Wikimedia Foundation. Apresenta conteúdo enciclopédico. <Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Second\\_Life](http://pt.wikipedia.org/wiki/Second_Life)>. Acesso em 12/01/2014.

grafada, bem como recebi muitas imagens feitas pelo informante em seu deslocamento. Essas e outras imagens que os internautas lançam no universo online também constituem um texto e de dimensões de apreciação estética complexas. Neste sentido, creio que as reflexões em torno do trabalho etnográfico no âmbito da Antropologia do Ciberespaço se aproximam muito das discussões já acumuladas pelos pesquisadores de Antropologia Visual, uma vez que a crescente produção de material audiovisual por parte dos nativos, especialmente em comunidades tradicionais, nas palavras de Gonçalves e Head (2009, p. 09):

Nos parece importante pensar uma reconfiguração da representação e apresentação etnográfica como um modo de reconceituar o papel de mídias visuais e audiovisuais nas reflexões antropológicas sobre o mundo ao nosso redor (HEAD, 2009, p. 09).

Os meus informantes em suas performances no Ciberespaço investiam muito na exposição de imagens, a maior parte delas feitas em momentos festivos e/ou quando estão “arrumados” para eventos, essa tentativa de prolongar a experiência vivaz e não reificar um cotidiano sem graça e não raras vezes difícil se aproxima muito do relato de Head (2009) que narra a experiência de uma criança de dois anos que, no passeio no zoológico, prefere focar a sua atenção nas imagens, nas placas, aos bichos reais. Deve-se ponderar que, de fato, as imagens parecem muito mais vivazes e empolgantes que os bichos presos, desanimados e deprimidos. (HEAD, p. 38, 2009). Em outras palavras, o uso de recursos audiovisuais possibilita aos sujeitos a expressão que busca recuperar a “potência” do mundo vivido. Fotografar e lançar na Internet a imagem permite a reconstituição deste como memória para quem o viveu e como fabulação para quem não fazia parte da “cena”. Permite em algumas dimensões re-atos ou a constituição do *True to life* – fiel à vida “ a capacidade que as representações têm de revelar a verdade sobre as coisas. (Mitchell apud Head, 2009, p. 39). Neste caso, a “verdade” como fruto da interpretação de quem posta e que recebe a imagem.

Nos encontros face-a-face o rito de “fazer pose” para a foto para a publicação nas redes sociais digitais é uma fato corriqueiro. Tudo precisa ser registrado. Mas o registro neste sentido não é valorizado enquanto memória necessariamente, mas como forma de prolongar a experiência por meios das interações que estas permitirão uma vez que são lançadas no domínio público. Dentre os critérios que os informantes usam para qualificar o que é “fotografável” e/ou “postável” obedece a regra da extraordinariedade do momento alvo do registro. Ainda que eles façam imagens o tempo inteiro e isso, já consistir fato mais que comum, existem ocasiões especiais e mesmo as menos relevantes obedecem ao cuidado de

seleção e melhoramento da imagem. São apontadas várias motivações para fotografar e para a postagem das imagens, por exemplo, postar a foto de um bem (indumentária de grife, eletroeletrônicos ou mesmo de um lugar legal que foi visitado) pode funcionar na intenção do emissor como o lançamento de “indiretas” para pessoas de sua rede com os quais rivaliza, denotar progressos na vida material, promover algum tipo de emancipação quando mostra que viaja e se diverte.

O registro de imagens que serão lançadas no Ciberespaço, assim como a prática do check-in<sup>11</sup> são formas do usuário explorar revigorar o vivido por meio da apresentação do cenário, ciente dos múltiplos sentidos que pode receber. A noção de cena de Cranpanzano (2005) como lugar onde não foi objetivada ainda nem em termos externos quanto subjetivados os acontecimentos pode ser um recurso interessante para pensar as possibilidades de registro etnográfico onde o resgate e tentativa de reprodução da ambiência dos fatos narrados não seja apenas fruto do esforço do pesquisador, mas emerge também como trabalho do próprio informante a partir de seus registros audiovisuais.

A apropriação de recursos de comunicação como a conexão à Internet não poderia ser diferente, é um fato nas diversas localidades e nos mais diferentes agrupamentos. E não raras vezes, seu manuseio vem acompanhado de uma plêiade de argumentos que os próprios nativos desenvolvem para justificar suas ações, diante de avaliações, na maioria das vezes, depreciativas que partem de um senso comum politicamente correto de que a tecnologia em regra serve como instrumento de alienação. Neste sentido, as experiências como as de produção de vídeos nas comunidades indígenas protagonizada pelo próprio nativo têm permitido a construção de uma percepção etnográfica que leva em conta a apropriação dos recursos tecnológicos como um mote importante para a compreensão dos sentidos que o grupo atribue aos mesmos,

Os instrumentos que a gente tem de fora, para poder nos defender e para segurar nossa cultura são a escrita e a câmera. [...]. Estamos usando o instrumento [...] da nossa maneira (e como) a gente pensa, nós aqui e vocês ai [...]. Tem gente que diz ‘ah! Vocês querem ser branco, né?’ Todo o povo hoje domina a tecnologia do japonês, mas o japonês não é brasileiro é japonês, nem o brasileiro é japonês. É a mesma coisa, eu não sou Xavante, eu sou Ashaninka, ele é Xavante. Mas a gente pode se organizar com o mesmo instrumento que o branco usa mas com um visual diferente, você vai usar ele de acordo com a sua necessidade, com a sua maneira de pensar. [...] a cultura vai inventando de acordo com a necessidade, de acordo com a convivência, com a

---

<sup>11</sup> Os diferentes sites possuem formas de fazer registro da localização do usuário no momento de sua postagem, recurso este que permite também a sua ocultação.

mudança do planeta [...]. Se o vídeo vem ajudar a gente a se organizar, se ele traz alguma mudança, somos nós que estamos mudando, não é ninguém que em de lá de fora (BACAL, 2009, p. 141).

Além de considerar as representações nativas acerca dos recursos tecnológicos como indicador de padrões e representações identitárias, para o avanço na discussão em termos do *status* da etnografia é necessária a superação em primeiro lugar da noção de imagem como fetiche, da avaliação rasa de que as performances dos sujeitos investigados no Ciberespaço não são legítimas representações de si, consistindo em fruto da ação de agentes externos como a grande mídia e o mercado, sendo, portanto, falseador, infantil, superficial. Essa associação frequente entre expressões dignas ou não de registro etnográfico parecem se justificar “[...] porque os modernos ainda estão muito ligados à distinção entre fatos e ficção” (LATOURET, 2002, p. 15).

Inúmeras vezes durante a pesquisa questionei a necessidade de produzir eu mesma imagens. Embora a produção de imagens não seja algo estranho em tempos de “selfie<sup>12</sup>”, na maioria das vezes, eu me senti muito desconfortável quanto a fazer este tipo registro nos encontros offline com os meus informantes. Estes faziam tantas imagens de si e de seus pares que pedir para fotografá-los ou mesmo fotografar livremente qualquer cena acabava gerando desconforto. Embora não tivessem qualquer constrangimento em aparecer nas redes sociais, posar para uma foto que seria usada “num trabalho de faculdade” (fala deles) soava como “forção de barra”, já que uma coisa seria posar para “selfie” com os seus pares, outra coisa é tornar o registro de imagens um fato oficial que irá servir a fins institucionais. Assim, não pedia para aparecer em suas imagens e produzi poucas fotos deles, confiando que outros registros além de retratos tenham papel tão ou mais importante na pesquisa e que as próprias imagens nativas seriam fértil material para a discussão. As interações via Ciberespaço confirmaram isso.

[...] desde que o pesquisador tenha a habilidade de ouvir o nativo e por ele ser igualmente ouvido, encetando formalmente um diálogo entre “iguais”, sem receio de estar, assim, contaminando o discurso do nativo com elementos de seu próprio discurso [...] Ao trocarem informações entre si, etnólogo e nativo, ambos igualmente guiados a interlocutores, abrem-se a um diálogo em tudo e por tudo superior,

<sup>12</sup> No último ano a utilização da palavra na internet aumentou 17000% o que a levou a conquistar a "distinção" por parte dos dicionários Oxford, batendo 'twerk', o estilo de dança sugestivo celebrizado por Miley Cyrus. 'Selfie' significa, segundo o dicionário online de Oxford "uma fotografia que uma pessoa tirou de si própria, normalmente com um smartphone ou webcam, e que foi colocada numa rede social". DN GLOBO. A palavra do ano é... “selfie”. Espírito Santo, novembro de 2013. Disponível em: <[http://www.dn.pt/inicio/globo/interior.aspx?content\\_id=3540144](http://www.dn.pt/inicio/globo/interior.aspx?content_id=3540144)> Acesso em 08/09/2014.

metodologicamente falando, à antiga relação pesquisador/informante. O ouvir ganha em qualidade e altera uma relação, qual estrada de mão única, em uma outra de mão dupla, portanto, uma verdadeira interação (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2006, p. 24).

Por sua vez, “[...] na história da imagem na Antropologia esta sempre teve um papel importante em criar o paradoxo no texto etnográfico, no sentido de que punha mais ou algo distinto do que as palavras do pesquisador diziam” (HEAD, 2009, p. 39). Assim, acredito que além das imagens que produzi, buscar a exposição da imagem produzida pelo próprio nativo me pareceu um recurso interessante. Isto, porque na minha compreensão, o texto etnográfico baseado numa empiria recolhida dialogicamente na e pela Internet tem suas potencialidades de geração de sentidos ampliada. Se na forma de relato tradicional dos antropólogos, camadas e camadas de sentidos e reinvenções das histórias pelos entrevistados permitam ao leitor a produção de imagens diversas. É provável que a complexificação desse processo seja mais intensa, uma vez que dispondo de recursos para expressão variados os nativos também estabelecem seus registros, onde tanto em textos como em fotografias e vídeos exercem uma vez incorporados aos relatos de campo, a condição de coautoria de forma bastante particular.

[...] Strathern propõe que o fazer antropológico deve ir além da “visão moderna” que considera a etnografia enquanto observação do Outro e a construção de categorias e conceitos que atribuam sentido às suas práticas cotidianas, partindo do entendimento de que a construção do texto etnográfico pode constituir uma ferramenta através da qual tais categorias tendem a ser “negociadas”, isto é, onde antropólogo, interlocutor e leitor podem jogar com os diferentes “contextos” evocados pela narrativa (ROCHA, 2010, p. 02).

A percepção do texto como construtor de imagens (HEAD, 2009) permite o entendimento dos textos de si dos jovens de GTV construídos na Internet, como legítimas formas de apresentação dos olhares ao qual a comunidade, de forma endógena, perfaz, lançando mão de suas teorias sobre si mesmos, até porque, “[...] estas perspectivas nativas que buscamos apresentar não são o sujeito pesquisado em si e sim “frutos da minha relação com o ponto de vista nativo” (Viveiros de Castro apud Head, 2009, p.122), de forma que, não há isenção presumida da parte do pesquisador quando se entende que a imagem por ele produzida não tem mais *status* de realidade que as feitas pelos próprios investigados.

Valendo-me ainda das reflexões da Antropologia Visual, compreendendo tanto os registros grafados nas respostas às minhas questões como vídeos e fotografias e todo o tipo de produção digital em ambiente online dos nativos como imagens de si, os considerarei em meu caderno de campo em sua versão digital como dados legítimos e extremamente ricos em

sentidos. Representam o que Gonçalves e Head (2009) chamam de “devires imagéticos”, onde a experiência de atualização e reformulação concomitantes das categorias nativas acontecem tomando as TIC’s como recurso e também como atores.

Uma representação fotográfica nunca é apenas uma ilustração. É a representação material, o produto aparentemente estabilizado de um processo de trabalho. E é o lugar para a construção e representação da diferença social. Compreender uma visualização é, assim, indagar-se sobre a sua autenticidade (seu caráter de prova) e sobre o trabalho social que produz. É notar seus princípios de exclusão e inclusão, para detectar os papéis que disponibiliza para compreender a maneira como são distribuídos, e para decodificar as hierarquias e as diferenças que naturaliza. E é também analisar as maneiras como as autorias são construídas ou camufladas (FYFE, LAW, 1988, p. 38).

Para além dos projetos de produção de vídeo locais desenvolvidos pelo Terra Zine (Núcleo Terra Vermelha, produtora de vídeo local), a dimensão que a conexão como possibilidade de interação por meio das redes sociais ganha na vida dos moradores da Grande Terra Vermelha, obviamente tem relação com o fato de retratar a vida dos atores locais conforme recortes que eles mesmo julgam relevantes, em agências coletivas ou individuais. As tensões cotidianas, os rachas e rivalidades quando vividas no Ciberespaço não constituem apenas metáforas de uma vida offline mais concreta ou real, os duelos de fotografias (um jogo que os nativos exploram no Facebook e que apresentarei com mais detalhes adiante), por exemplo, são dispositivos que atualizam ao seu modo as diferenças entre as diversas redes de moradores. Por sua vez, ainda que algumas destas experiências em sua dinâmica obedeçam a protocolos muito peculiares ao ambiente virtual e não se reproduzam da mesma forma em outros espaços, são intensas e exigem recursos e competências diferenciadas para a sua investigação. Certa expertise mecatrônica da parte do etnógrafo é fundamental porque muitas e ricas informações podem se perder se quem as busca sequer desconfia de lugares e formas de interação online possíveis em cada domínio da Internet.

À primeira vista, quando as pessoas iam pedindo para conversarmos pela Internet, eu esperava que o contato com elas fosse mais fácil e menos dispendioso, embora não excluíssem também o encontro em ambientes offline. Entretanto, precisei aprender várias coisas que sequer curiosidade teria apenas como usuária e frequentadora de alguns domínios. Precisei explorar os recursos oferecidos por estas plataformas, especialmente o Facebook, e fazer experimentações com minha própria rede mais próxima de amigos, testando recursos, baixando aplicativos dentre outras coisas. Ouvi inúmeras vezes a pergunta: “você fica 24h no

Facebook?” que partia dos meus amigos mesmo e muitos colegas da própria Antropologia, frequentemente em tom irônico e depreciativo. Assim, passei a ocultar minha presença, fazer o mínimo possível de postagens. O fato de estar afastada do serviço público com remuneração para a realização da pesquisa e permanecendo full time conectada, sugeria que não estava estudando e apenas usufruindo do site suas possibilidades de entretenimento. Entre desafios técnicos e dilemas morais, fui construindo este trabalho, até porque, como “O etnógrafo não pode ter pressa, este ofício não é para os apressados” (CÁCERES, 1998, p. 353) e na perspectiva dos ambientes virtuais, a etnografia toma dimensões não menos desafiadoras.

La etnografía en Internet no implica necesariamente moverse de lugar. Visitar sitios en la Red tiene como primer propósito vivir la experiencia del usuario, y no desplazarse, tal como sugiere Burnett cuando indica que "se viaja mirando, leyendo, creando imágenes e imaginando" (1996, pág. 68). Internet permite al etnógrafo sentarse en una oficina, o en su mismo despacho, y explorar espacios sociales. Los etnógrafos de Internet, en vez de ensuciar sus despachos con tierra y polvo de lugares lejanos, pueden llegar a desgastar el escudo universitario del tapiz de sus sillas (HINE, 2004, p. 58).

Chistine Hine (2004) indica três dimensões diferenciadas na prática da Etnografia Virtual: a formulação do texto virtual com uso de TIC's e reflexos deste processo na formulação da “escrita etnográfica”; o lugar do encontro face-a-face e da interação na etnografia e a construção do objeto etnográfico.

[...] una etnografía de internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología. En su forma básica, la etnografía consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo [...] El etnógrafo habita en una suerte de mundo intermediario, siendo simultáneamente un extraño y un nativo. Ha de acercarse suficientemente a la cultura que estudia como para entender como funciona, sin dejar de mantener la distancia necesaria para dar cuenta de ella (HINE, 2004, p.13).

Além de seguir os rastros das associações em suas complexas modalidades em âmbito virtual, as passagens na localidade foram importantíssimas para perceber os trânsitos nativos. Nas manifestações de julho de 2013, na ocupação de rua com maior número de pessoas em Vitória (aproximadamente 100.000 pessoas conforme informações do Corpo de Bombeiros), como o transporte coletivo público, o comércio e as repartições públicas tiveram seu horário de funcionamento suspenso na capital, nas ruas dos bairros da Grande Terra Vermelha as pessoas circulavam como frequentemente faziam, o comércio funcionava e algumas pessoas até gozavam o feriado não programado para irem às compras, descansar. A mesma coisa pude verificar no Ciberespaço onde quase não se falava sobre o movimento de rua na capital e a

preocupação maior era com um show do Luan Santana. Somente dias depois quando a TV começou a veicular imagens das manifestações que se desenrolavam pelo país que os meus amigos de Terra Vermelha no Facebook e Instagram começaram a tocar no tema. Diante dessas peculiaridades, o recurso a estratégias etnográficas diferenciadas se torna indispensável.

[...] This strategic situated ethnography might be thought of as a fore-shortened multi-sited project and should be distinguished from the single-site ethnography that examines its local subjects' articulations primarily as subalterns to a dominating capitalist or colonial system. The strategically situated ethnography attempts to understand something broadly about the system in ethnographic terms as much as it does its local subjects. It is only local circumstantially, thus situating itself in a context or field quite differently than does other single-site ethnography" (MARCUS, 1998, p. 95).<sup>13</sup>

A observação concomitante das agências dos moradores nas ruas, casas, escolas e outros espaços e no Ciberespaço me permitiu encontrar tanto recorrências comuns nos dois âmbitos, quanto rupturas no desenho das práticas nativas. Essa movimentação on-offline é trabalhosa, gera muitas questões, mas foi muito importante para que alguns elementos fossem identificados e problematizados na pesquisa.

Além do esforço etnográfico que busca captar as vivências culturais nos diversos tempo e espaço, a pesquisa multissituada precisa também reconhecer a presença dos artefatos muito mais que funcionais na vida dos usuários. A conexão não é apenas um recurso funcional, utilizada para fins práticos se encerrando neles. O cuidado, por exemplo, que se dispensa ao cultivo de um perfil no Facebook ou no Instagram é mais que técnico. Junto a dispositivos eletrônicos, temos a atuação de dispositivos subjetivos densos que podem criar equivalências ou disparidades na construção da *persona* virtual e da que se apresenta offline. Ainda que não queiramos reificar a separação entre as duas, em algum nível os nativos o fazem. Não se trata de afirmar que eles propositalmente constroem duas *personas*, mas entender que existe o reconhecimento de que no universo online da mesma forma que alguns atributos e faculdades individuais e coletivas podem ser hiperbolizadas, podem também ser ocultadas e o resultado seriam bordas da vida nos dois planos que não estão explícitas ou podem convergir e circular

---

<sup>13</sup>[...] Esta etnografia estrategicamente situada pode ser pensada como uma forma imediatamente anterior a um projeto multi-situado, mas, que deve, porém, ser distinguido de uma etnografia *single-site* que examina as articulações de seus sujeitos locais primordialmente em termos de sua subalternidade em relação a um sistema colonial ou capitalista dominante. A etnografia estrategicamente situada busca compreender tanto o sistema quanto os sujeitos locais de forma ampla em termos etnográficos. É local apenas circunstancialmente, situando-se assim em um contexto ou campo de forma bastante diversa em relação a outras etnografias de um único campo (MARCUS, 1998, p. 95, tradução nossa) .

de um ambiente a outro. Além do perfil nas redes sociais como produto técnico nativo, temos a própria relação com os equipamentos que permitem a conexão e a gestão emocional destes. Fonseca (2000) ressalta a importância do humor na convivência de populações marginalizadas com relações assimétricas de poder: brinca-se com o que é tabu e com o que é ambíguo. O computador, o tablet e o aparelho celular e sua possibilidade de conexão são “sujeitos” importantes para fofocar, namorar, rezar. Cuidar deles é importante uma vez que carregam segredos (contatos, imagens, mensagens) que circulam nas vias passíveis de ocultação no Ciberespaço, mas que, jamais poderiam ser desveladas em público. Esse cuidado do aparelho é, na verdade, cuidado de si, marcado pela emoção, em termos daquilo que Lasen (2004) denominou “tecnologias afetivas”, ou seja, como afirma (SILVA, 2010, p. 35) “como as pessoas terminam por desenvolver uma relação emotiva e humanizadora com o objeto telefone celular e uma relação afetiva com os conteúdos nele armazenados.” Não cuidar do aparelho celular, computador ou tablet pode dar margem à violação de privacidade, exposição e condenação moral, uma vez que estes suprimentos contêm registros das trajetórias pessoais do usuário.

Para além da relação afetiva com os suprimentos de conexão (o celular que é decorado, o computador que ganha uma capa personalizada e etc.) entendo que um desafio enorme do etnógrafo é lidar com esse bem tecnológico híbrido que é um perfil construído e cultivado no Ciberespaço. Esse sujeito coletivo ou individual avatarizado não reside apenas na “nuvem”. Assim como a “marca” nos estudos de Marketing, esse sujeito virtual, em certos momentos, ganha vida própria, passa a ter agência. Assim, ainda que compreendamos que o perfil virtual é um das muitas possibilidades de presentificação dos sujeitos em interface com as tecnologias, do ponto de vista da discussão acerca do objeto de pesquisa, o desafio é assumir a dimensão do sujeito presentificada no Ciberespaço (em redes sociais e outros) como objeto de estudo *per se*. A maioria dos trabalhos da Antropologia do Ciberespaço é construída a partir de Etnografias em que os informantes são observados tanto no plano on como no offline. Os trabalhos sobre o *Second Life* e os Games são exemplos de iniciativas de observação única e exclusivamente da vida em ambientes virtuais, mas como a natureza desse fenômeno é pouco compreendida, recebem críticas quanto à legitimidade de seus dados, não raras vezes considerados não empíricos o suficiente. Mas a tarefa mais difícil neste sentido talvez seja a própria necessidade que o antropólogo tem de se voltar para outros tipos de estudo como a Filosofia, as Artes e a própria Cibernética, passando a reconhecer a existência de que as associações não se fazem apenas apoiados em planos tangíveis da vida. O imponderável é

elemento presente na pesquisa que envolva interações no Ciberespaço. Não que a pesquisa offline seja órfã dele, mas me parece que no Ciberespaço, o enfrentamento de questões de ordem ontológica é mais frequente, o que exige o aprofundamento das discussões que não podem restringir-se apenas ao plano objetivo das agências. Em outras palavras, a volta aos clássicos da Etnologia e à Filosofia se torna inevitável.

A retomada de algumas leituras de trabalhos de etnólogos sobre simbolismo em comunidades tradicionais foi muito importante para a minha percepção da produção de conteúdos em ambientes virtuais para além da operação da cultura pensada como fato anterior a eles e sua reprodução nos Ciberambientes. Nos sistemas tradicionais, especialmente nos Ameríndios e em toda a Cosmogonia que lhe serve de estrutura, os etnólogos encontram, especialmente quando se ocupam da reflexão em torno da comunicação, registros complexos em língua nativa e não passíveis de transposições ou traduções literais nos códigos ocidentais.

Ferreira (1992) afirma que a classificação das sociedades indígenas como ágrafas se faz tonalizando positivamente a escrita, sugerindo assim, a existência de um “leque de ausências” nas formas expressivas nativas que as empobreceriam quanto ao reconhecimento de suas capacidades de elaboração de raciocínios complexos. Pesquisas etnográficas atestam que mesmo que não dominem a escrita, estes sujeitos fazem uso de outros códigos e sistemas equivalentes como a oralidade, o corpo e a capacidade de fabulação. Por sua vez, a comunicação letrada nas sociedades que dominam a escrita não se manifesta de uma forma homogênea. Exemplo disso é a escrita no próprio Ciberespaço. Os produtos virtuais em suas dimensões lúdicas além de reinventarem os códigos da norma culta, inscrevem e dão cor para além da oralidade não só conteúdos do uso coloquial como instauram novos códigos.

Da mesma forma que não devemos negligenciar as várias formas de inscrição nativa nas comunidades indígenas, transpondo sentidos do sistema de comunicação ocidental para a sua interpretação, não é adequado olhar para a produção em ambientes virtuais assim como os produtos dela que nela circulam com a expectativa que se lê um jornal. Embora os códigos usados, que vão da escrita às imagens, sejam conhecidos, eles não são óbvios e de simples acesso. É como ler uma obra de Nietzsche ou Hegel sem conhecer as categorias por eles cunhadas e seus possíveis sentidos. O “Super Homem” ou “Espírito Absoluto” não são categorias que contêm nas obras desses autores os sentidos mais convencionais delas comumente depreendidos. É possível ler e entender o texto de ambos e não necessariamente a

sua Filosofia. Da mesma forma, pode ser pensado o Ciberespaço. Ainda que textos possam nele ser lidos, isso não significa que os sentidos nativos estejam sendo alcançados. É preciso um tipo de interação diferenciada com quem produziu e quem consome esses textos e não necessariamente isso prescindia do contato em ambiente offline.

O relato de MACEDO (2009) de seu trabalho etnográfico em aldeias indígenas na Guiana Francesa destaca o contato com um senhor wayãpi que, depois de muitas investidas da etnóloga em busca de conversas sem sucesso, lhe entrega um papel com rabiscos e diz “você queria saber, não é? Agora sabe.” A antropóloga, impactada pelo acontecimento, reconhece que se encontrou em paradoxo, porque não compartilhava as categorias de entendimento necessárias para decifrar o grafismo. O texto não era compreensível sem a explicação do autor (eram informações sobre os rastros da Anaconda), não era legível ao pesquisador que por mais que conheça o sistema local, não é um Wayãpi. Da mesma forma, na apreciação do Ciberespaço, o etnógrafo pode também não alcançar os sentidos nativos se não estiver devidamente treinado para isso, o que inclui a possuir a competência para “ouvir” suas “explicações” na e pela interação virtual.

Assim como para a etnóloga a compreensão de todo um sistema mitológico é necessário para a mais simples interação com os seus informantes, não é diferente na Antropologia do Ciberespaço. Existem categorias que lhe são próprias, que só fazem sentido em seu âmbito. Macedo identifica nos processos de apropriação da escrita ocidental pelos indígenas um movimento de “xamanização”, onde o sistema comunicativo acionado para a sua compreensão é o próprio quadro mítico do grupo, que passa pela manipulação de “objetos” não tangíveis, mas muito reais. A tecnologia digital e de conexão de forma diferente, é claro, reifica noções de um imaginário mais que técnico-científico. Podemos afirmar que o Ciberespaço possui um universo mitológico peculiar, onde são operadas muito mais que as transposições de crenças genuínas das relações face-a-face preexistentes. O arsenal de ferramentas interativas que o Ciberespaço oferece permite a formulação de arquiteturas próprias ao ambiente virtual que não são passíveis de conversão (de todas as explicações possíveis a sua operacionalização) à linguagem matemática de programação exigindo justamente a consideração do imponderável cultural que a etnografia deve alcançar.

Por fim, do ponto de vista de seu “conteúdo”, o material da etnografia virtual é um híbrido. Bytes contêm mais que combinações numéricas, se a partir deles podem ser estruturar cadeias lógicas mensuráveis do ponto de vista da engenharia da computação, não é passível de

sistematização linear a dimensão “carnal” ou “espiritual” que os constitui. Não se trata de buscar a engenharia das formas de apresentação do humano no universo virtual, à Antropologia não cabe fazer uma topologia da vida social que nela se desenrola. A exorcização do humano da composição da tecnologia que buscam os saberes tecnológicos não é de nem de longe concebida pelas Ciências Sociais. Esse compósito de gente e máquina que é o Ciberespaço e seus produtos, entes, seres, coisas como se queira chamar, assim como no pensamento ameríndio, em parte, a busca do etnógrafo do Ciberespaço é do humano complexificado que este campo empírico pode engendrar. Facilmente reconhecemos nas sociedades tradicionais uma produção simbólica sofisticada que vem sendo historicamente identificada pelos etnólogos que explora outros campos e recursos semânticos distintos dos convencionais ocidentais. A questão é reconhecer que simbolismos elaborados em operações complexas e distintas das já conhecidas podem emergir nas interações virtuais estabelecidas pela Internet. A apreciação de Viveiros de Castro (1996) da Cosmogonia Ameríndia, quando chama atenção para o perspectivismo da percepção desses povos, ressalta que a pesquisa de campo em Antropologia exige do etnógrafo mais que habilidades para reconstituir a organização social da comunidade no seu texto, deve também desenvolver competências para apreender a lógica que a estrutura, o tólos ao qual se devota, o que a torna inteligível.

Recordemos, sobretudo, que, se há uma noção virtualmente universal no pensamento ameríndio, é aquela de um estado original de indiferenciação entre os humanos e os animais, descrito pela mitologia. Os mitos são povoados de seres cuja forma, nome e comportamento misturam inextricavelmente atributos humanos e animais, em um contexto comum de comunicabilidade idêntico ao que define o mundo intra-humano atual. A diferenciação entre "cultura" e "natureza", que Lévi-Strauss mostrou ser o tema maior da mitologia ameríndia, não é um processo de diferenciação do humano a partir do animal, como em nossa cosmologia evolucionista. *A condição original comum aos humanos e animais não é a animalidade, mas a humanidade.* A grande divisão mítica mostra menos a cultura se distinguindo da natureza que a natureza se afastando da cultura: os mitos contam como os animais perderam os atributos herdados ou mantidos pelos humanos. Os humanos são aqueles que continuaram iguais a si mesmos: os animais são ex-humanos, e não os humanos exanimais. Em suma, "o referencial comum a todos os seres da natureza não é o homem enquanto espécie, mas a humanidade enquanto condição (DESCOLA, 1986, p. 120).

De certa maneira, a tarefa etnográfica no Ciberespaço passa pela necessária reflexão ontológica da experiência humana. Não como projeto de sistema universal, mas como experiência descontínua, multissituada e o conseqüente reconhecimento de que as dimensões simbólicas da vida não se produzem apenas em tradições construídas exclusivamente em experiências face-a-face. Assim, a discussão sobre Cultura se intensifica e precisa ser feita a partir das clássicas, mas também de novas referências. Neste sentido, acredito que também

pela experimentação antropológica no Ciberespaço e os desafios ao fazer etnográfico que dele emergem, possam se anunciar questões para o debate.

A recorrência da pergunta “*podemos conversar pela Internet?*” tende a ser comum num mundo que cada vez mais valoriza a conexão digital, mesmo em pesquisas onde não se toma a Internet como objeto. Diante desse cenário, o etnógrafo que mantém uma relação residual com a Internet, restringindo sua interação a enviar e receber emails institucionais ou investir em pesquisas voltadas para registros acadêmicos e burocracia precisará repensar sua conduta. Não basta usar a conexão apenas como um meio para acessar o nativo e passar a tomá-la como passaporte para uma forma específica de construir e atualizar suas categorias culturais. Sendo assim, dominar recursos digitais passa a ser condição para a pesquisa etnográfica? Obviamente não, mas pode contribuir sobremaneira para a compreensão de novos modos de produção cultural junto aos grupos que fazem seu uso e onde há a emergência de novas categorias culturais, o método de identificação delas precisa igualmente ser repensado.

## 2 COMO SE CONECTAM À INTERNET OS MORADORES DA GRANDE TERRA VERMELHA: TERRA VERMELHA OFFLINE

*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*

*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.*

*Ê volta do mundo*

*Ê ê mundo dá volta*

*De jangada leva uma eternidade. De saveiro leva uma encarnação.*

*Pela onda luminosa leva o tempo de um raio*

*Tempo que levava Rosa pra aprumar o balaio.*

*Quando sentia que o balaio ía escorregar.*

*Ê volta do mundo*

***Parabólicamará – Gilberto Gil***

## 2.1 O território

**Figura 1** – Imagem aérea da Grande Terra Vermelha.



Extraído de: <<http://escolademissoesurbanas.wordpress.com/praticos/>> Acesso em 01/12/2012.

Para compreender melhor todo o processo de ocupação do território e condições para a produção do ethos da e pela comunidade, apresento uma descrição geral da formação do Complexo de Terra Vermelha a partir de relatos, tomando eventos significativos elencados pelos entrevistados e relaciono-os às dinâmicas da história política, econômica e cultural da cidade de Vila Velha, do Estado do Espírito Santo e do Brasil. Dessa forma pretendo situar em certo tempo e certo espaço a vida na região pesquisada para, na sequência, discutir a história das conexões mediadas por TIC's deste grupo.

A Região da Grande Terra Vermelha, até meados dos anos de 1970, constituía parte da área rural do município de Vila Velha, com a presença de muitos sítios e chácaras. O perímetro urbano mais próximo era a Barra do Jucu, tradicional comunidade de pescadores, onde se podia encontrar além de pequeno comércio como padarias e bares, também escolas, cemitério, igrejas e meios de comunicação como TV e telefonia. A Barra como é comumente chamada,

fica no lado do mar da Rodovia do Sol, importante via estadual que corta o ES, ligando Vitória ao litoral sul. A Região de Terra Vermelha constitui exatamente toda a faixa que se encontra no sentido contrário do mar, entre o Parque Reserva Estadual de Jacarenema e a localidade da Ponta da Fruta, se tomamos a Rodovia do Sol como referência. Nesta região, até os anos de 1980 não havia fornecimento de energia elétrica ou saneamento básico. Como indicam os primeiros moradores,

*“Não tínhamos geladeira nem televisão. Me lembro de na Copa do Mundo de 1991 ter ido de bicicleta até a Barra assistir aquele bendito jogo do Brasil com a Argentina que o Caniggia fez o gol e fomos eliminados, porque a bateria que gerava energia para usarmos a TV estava descarregada. Sempre tínhamos mais de uma, para não ficar sem luz, mas dessa vez não deu certo. Aliás, quem tinha bateria em casa era rico” (Flávio, 38 anos).*

Assim, os primeiros domiciliados na região foram os caseiros de chácaras e sítios. Como assinala D. Penha (55 anos), uma das primeiras moradoras, famílias que tomavam conta das propriedades formaram o primeiro núcleo de povoamento. Moravam com relativa distância uns dos outros, mas criaram laços de solidariedade, em função da condição de trabalhadores do mesmo segmento e, sobretudo, pelas adversidades da vida na localidade. A troca de produtos e bens diversos entre si, o auxílio em casos de enfermidade, gestações e falecimentos eram comuns. Relações de apadrinhamento se constituem e parentesco por casamentos entre parentes da primeira linhagem e segunda garantem a presença de laços fortes que permanecem até hoje.

Como conversei com moradores de diferentes gerações, organizei as informações a partir de três grandes grupos e/ou linhagens, consoante à ordem de chegada à região. A primeira seria a dos caseiros das propriedades rurais que chegam à localidade antes ou durante a década de 1960; a segunda, os parentes desses caseiros que migraram com o auxílio dos primeiros, procedentes principalmente do Estado de Minas Gerais durante os anos de 1970, 1980. No final da década de 1980, a partir da formação do conjunto habitacional de Terra Vermelha por iniciativa do então prefeito de Vila Velha Vasquinho (Vasco Alves), é expressivo o número de migrantes do Estado da Bahia que se instala na localidade. A partir deste novo ciclo migratório, forma-se a terceira linhagem que durante, toda a década de 1990, contribuirá no processo de do povoamento e na formação de novos bairros.

Já no final dos anos de 1970, as propriedades locais são desmembradas e vendidas por seus proprietários e são constituídos os chamados loteamentos, onde de forma aleatória e a critério de seus donos, o pedaço de terra era comercializado. Muitos dos que ali se instalaram adquiriram suas moradias neste período.

Que o grande crescimento de loteamentos nenhum distrito da Barra do Jucu (Atual Região da Grande Terra Vermelha), situado às Margens da Rodovia do Sol, ocorreu na Segunda Metade da Década de 1970. Um forte Indicativo Desse Fato E Que No Ano de 1976, dos 14 Loteamentos Aprovados Pela Prefeitura Municipal de Vila Velha, oito não estavam distrito da Barra do Jucu. A Interrupção das Obras na 3ª ponte nos 1978 Teve um Efeito Negativo não Mercado de Lotes, Sendo reativado a Partir da Retomada de SUA Construção os 1985 (GONÇALVES, PAIVA, p. 06, 1994).

Esse processo de ocupação marca a constituição de um núcleo de moradores do lado da Rodovia Sol contrário ao mar. A esta altura, embora povoada, a área não dispunha de aparelhos urbanos mínimos como eletrificação e saneamento básico, nem escolas.

*“E eu meus irmãos andávamos duas horas até a escola da Barra. Pela manhã, eu ia buscar lenha, cuidar da criação, dar almoço aos meus irmãos para depois irmos estudar” (Flávio, 38 anos).*

Esses primeiros moradores em boa parte eram oriundos do interior do ES e um notável grupo oriundo do vale do Rio Doce no Estado de Minas Gerais que, historicamente chegam a terras capixabas pela mobilidade oferecida pela Estrada de Ferro Vitória-Minas. A memória dos primeiros moradores é afetivamente acionada por eventos significativos, ritualísticos que marcam o reconhecimento de si mesmos como grupo. Frequentemente nas conversas, eventos como a Copa do Mundo e datas festivas religiosas são destacados como eventos significativos, momentos em que o grupo se reunia e de alguma forma assumia seu ethos. A constituição de CEB's (Comunidades Eclesiais de Base) é uma referência histórica importante para a primeira geração de moradores, porque associada aos primeiros movimentos sociais e organização popular na região protagonizam uma série de lutas por melhorias. Assim, a GTV, até então chamada genericamente de Tangará, assiste à formação no entorno da Adutora do Rio Marinho de uma comunidade heterogênea.<sup>14</sup> No final dos anos de 1970, mais precisamente em 1977, de forma mais sistemática, ocorre o processo de ocupação da área que hoje é conhecida como bairro Terra Vermelha. Nas terras do então chamado Loteamento

<sup>14</sup> SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO (SECULTa). Meu lugar. Portal Yah!, Vitória, novembro de 2013. Disponível em: <<http://www.portalyah.com/meulugar/historias/conjuntos-habitacionais-dao-origem-a-uma-das-regioes-mais-populosas-de-vila-velha/>>. Acesso em 20/11/2013.

Brunella se instalaram famílias que antes ocupavam a área da Adutora do Rio Marinho. Estas terras que vieram a constituir o Loteamento Brunella eram devolutas, mas foram apropriadas pelo Sr. Anibal Frizzera que mantinha vários empreendimentos imobiliários na região.

Os moradores da Grande Terra Vermelha, como os de outros grupos populares são sujeitos ativos, criativos, empreendedores e não estão excluídos radicalmente da lógica de trocas e consumo da cidade e, como tal, desenvolvem sistemas de trocas locais, valorando simbólica e monetariamente os bens que manuseiam.

[...] Aglomeração percebida como temporária, transitória, é, no entanto, logo reconhecida pelos primeiros observadores como detentora de valor econômico e, como tal, explorada mediante a cobrança de aluguel do “chão” ou dos barracos (VALLADARES, 2000, p.08).

A favela revela-se, então, desde sempre como “uma forma de organização tipicamente capitalista, com uma vitalidade econômica que chega a espantar àqueles que com ela se defrontam” (SILVA, 1967, p. 37). Embora o termo “favela” não seja usado pelos moradores para designar o seu lugar, muitas experiências locais se aproximam da caracterização e análises já empreendidas sobre este segmento social presente em grande escala na cidade do Rio de Janeiro. Como nas favelas cariocas, guardadas as devidas proporções e singularidades, a identidade dos moradores se forma a partir da atuação nas diversas esferas de seu local de moradia: associações de moradores, praças, bares, agremiações recreativa-cultural-esportivas. Em que pese a heterogeneidade econômica que possa existir nos grupos populares, a homogeneidade das múltiplas práticas e vivência cotidiana num mesmo local cria e renova os seus símbolos de identidade. As situações em que são colocados na categoria de subalternos, bem como as estratégias de resistência a estas situações forjam laços que não são fixos, nem definitivos, mas estão constantemente sendo renovados e reinterpretados. Estes laços dão o significado de sua identidade. Como, por exemplo, quando são vítimas da discriminação da polícia, ou quando no passado, reagiam a uma tentativa de remoção, ou quando hoje são impedidos de circular na comunidade de um “comando rival” (ALVITO; ZALUAR, 2003).

Os primeiros movimentos organizados entre moradores da GTV datam do período de 1978 e 1979. Especialmente os movimentos pró-moradia que forçaram o governo do ES a desapropriar as terras, uma vez que a venda irregular gerava inúmeros problemas de posse, somados a crescentes “invasões”. Junto da desapropriação, foi firmado um convênio com a Cia Vale do Rio Doce para a construção de 500 casas para famílias desabrigadas.

Na memória dos entrevistados, este período é marcado por muita luta e como fruto dela a primeira intervenção do Estado na região, reconhecendo-a como distrito. Entretanto, será apenas em 1988 que as primeiras 235 de um total estimado de 575 residências serão construídas. Assim,

[...] No dia 23 de maio de 1989, o Governo do Espírito Santo entregou a primeira chave das casas de Terra Vermelha à moradora Dona Roxinha, passando a ser esta a data oficial nos registros formais do surgimento do bairro Terra Vermelha. Uma segunda etapa com mais 235 casas foi entregue em 20 de maio de 1990. A terceira etapa em novembro do mesmo ano. A última em março de 1991 (SECULTb, 2013).<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO (SECULT b). Meu lugar. Portal Yah!, Vitória, novembro de 2013. Disponível em: <<http://www.portalyah.com/meulugar/historias/conjuntos-habitacionais-dao-origem-a-uma-das-regioes-mais-populosas-de-vila-velha/>>. Acesso em 20/11/2013. Disponível em: <<http://www.portalyah.com/meulugar/historias/conjuntos-habitacionais-dao-origem-a-uma-das-regioes-mais-populosas-de-vila-velha/>>. - acesso: 20/11/2013.

Na década de 1990, a região passa por um intenso processo de ocupação desordenada, dando origem a novos bairros como Ulisses Guimarães e Normília, com a desapropriação da Ilha da Jussara, região conhecida como “Banheirinho” pelo então prefeito Jorge Alberto Anders na segunda gestão 1996-2000. Surgiram, na mesma época, como resultado de lutas do movimento pró-moradia, os bairros Jabaeté, assim como a formação de uma cooperativa para a construção de 500 casas que formaram os bairros João Goulart e Morada da Barra. Também Barramares, Cidade da Barra e 23 de Maio, bairros que surgem a partir de 1991, mas diferentemente do bairro Terra Vermelha, não são de imediato reconhecidos, sofrendo com a resistência do Poder Público local<sup>16</sup> A formação da desse núcleo habitacional reflete um pouco da própria história do ES e a explosão demográfica do final dos anos de 1970 e que permanecerá constante nos anos de 1980, voltando a ser expressiva no início dos anos 1990 especialmente na região de Terra Vermelha, em função do desenvolvimento do Centro Industrial de Vitória (CIVIT). As oportunidades de trabalho decorrentes da tímida industrialização da capital capixaba no período são atrativas para famílias do interior do Estado do ES, do sul da Bahia, do leste e do nordeste de Minas Gerais. A presença da Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) é determinante para o povoamento, uma vez que na cidade de Vitória, está localizado o Porto de Tubarão que é o ponto mais importante de distribuição da produção da “Vale”. Por ele é escoada boa parte da riqueza mineral do centro do país. (ZORZAL, 1992). Por sua vez, este momento marca o processo de transição de uma economia essencialmente agrícola para a exploração do modelo industrial e o comércio exterior.

[...] Até meados do séc. XIX o estado do Espírito Santo não conseguiu constituir uma base econômica sólida e dinâmica, somente a partir desse período esse quadro começa a se alterar com a expansão da atividade cafeeira no estado. A cultura do café foi favorecida pela presença da mão-de-obra escrava no estado e pela vinda de imigrantes europeus que se dedicaram ao desenvolvimento desta atividade. Até o início da década de 1960 toda sustentação econômica do estado estava centrada na monocultura cafeeira, mas esse quadro começa a mudar com o declínio dos preços do café no mercado internacional já na década de 1950, que se constituirá numa crise de superprodução provocando no contexto nacional uma política de erradicação dos cafezais (Rocha apud Freitas, 1998, p. 35).

---

<sup>16</sup> GOMES, Fiorella. POSSMOZER, Michelli. Blog Histórias de Terra Vermelha. Vitória, 05 de maio de 2010. Disponível em: <<http://www.historiastvermelha.blogspot.com.br/2010/04/historia-como-ela-e.html> -> . acesso em 20/11/2013.

O modelo de arranjo produtivo local centrado na agricultura,

[...] Compreendido o processo geral da formação socioespacial capixaba, enfatizando a constituição de uma estrutura produtiva fundamentalmente assentada em bases familiares de produção, podemos admitir que o Espírito Santo assumiu um caráter bastante distinto dos estados integrantes da região Sudeste (BERGAMIM, 2012, p. 12).<sup>17</sup>

Sucessivas crises, desde o final do século XIX, afetavam as exportações de café. O desempenho econômico da cafeicultura alternava períodos de prosperidade com outros de dificuldade, decorrentes das oscilações nos preços internacionais do café (BUFFON, 1992).

A estrutura produtiva do Espírito Santo (ES) revela-se frágil diante de uma política nacional desenvolvimentista, o que resultará no deslocamento maciço de trabalhadores rurais para a capital. Assim, o afluxo de migrantes é significativo e, naturalmente, a distribuição desses novos moradores será processada a partir de demandas político-econômicas bem específicas que sinalizam o modelo de desenvolvimento adotado na região e os marcos do tipo de gestão política que ali se desdobrava.

O cenário rural capixaba muda de feição com a política de erradicação dos cafezais. Algo em torno de 60 mil trabalhadores perdem seus postos nos quadros de produção, atingindo direta e indiretamente cerca de 240 mil pessoas. Parte das famílias afetadas por tal processo migra para a Grande Vitória em busca de novas oportunidades de trabalho, sinalizadas pelos novos empreendimentos fabris que começam a se instalar na região. (ROCHA, 1998).

Um grande bolsão de pobreza começa ser formado naquelas que serão conhecidas como “cidades-dormitórios”, cuja história de formação política se desdobra a partir do remanejamento das novas demandas decorrentes da ampliação da população local.

Os déficits baixos de infraestrutura dos municípios localizados em volta da Ilha de Vitória cria o cenário propício para ocupações desordenadas por migrantes do interior do ES e de outras regiões do país. (SIQUEIRA, 2001).

---

<sup>17</sup>BERGAMIM, Maria Cristina. A pequena propriedade rural no Espírito Santo: constituição e crise de uma agricultura familiar. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/438.pdf>>. Acesso em: 22/10/2013.

Vila Velha não escapará desse processo. Porta de entrada das primeiras investidas dos portugueses na colonização daquela que viria a ser designada Capitania Hereditária do Espírito Santo, Vila Velha, inicialmente batizada Vila do Espírito Santo assiste à chegada do que se tornará seu Donatário, Vasco Fernandes Coutinho em 23 de maio de 1535. Foi a primeira capital do Estado até a transferência para a ilha de Vitória estrategicamente para minorar a ação de resistência dos nativos em 1551. Passou assim Vitória a ser denominada Vila Nova do Espírito Santo e a primeira sede do governo português, a partir desse momento abandonada, passa a ser conhecida como a Vila Velha. Em 1750, Espírito Santo (denominação do município até 1959) foi elevado à categoria de distrito, em 1890 a Constituição Estadual cria o município que só é instalado em 30 de novembro de 1896. (KROHLING, 1997). Na segunda metade do século XX, a realidade do município é bem diferente, no tocante à formação de núcleos periféricos, dentre eles a GTV, vários fatores incidem de forma decisiva, que vão desde as expectativas em torno de melhores condições de vida da parte dos migrantes, passando por interesses políticos e econômicos de grupos já estabelecidos.

[...] Ao visualizar documentos [...] relatórios, registros de lotes desenhados, percebeu-se que houve sim um planejamento para o bairro que deu origem ao nome da região que hoje é o Bairro Terra Vermelha, o próprio estilo de casas, moduladas com placas de cimento, de conjunto habitacional, refletem esta realidade, todavia, a grande maioria dos loteamentos é fruto de invasões e alvo de estratégias políticas. Segundo moradores algumas áreas foram expropriadas e quando era formalizada ou até mesmo antes que ocorresse a expropriação, indivíduos, que exerciam influências no cenário político vilavelhense, fomentavam o interesse pela Região oferecendo lotes gratuitamente ou com valor irrisório (dados fornecidos pelos antigos moradores). Este fato pode ser argumentado ao mencionar o que M, Padovani, 2000 relata quando diz que 38% do fluxo migratório adivinham de periferias da Grande Vitória, ou seja, visando garantir votos, estas personalidades visitavam as grandes periferias oferecendo lugar melhor para morar. Ao percorrer a Região basta “perguntar quem os ajudou a conseguir chegar lá” e quase unanimemente houve-se falar: Vasco Alves, candidato eleito diversas vezes no município de Vila Velha. É desse processo de ocupação aleatória, a medida que surgiam terras disponíveis, e sem planejamento, que se configura aquele espaço e por isso colocou-se o interesse político como explicação da problemática do caos urbano decorrente da desorganização. Foi sim o interesse de particulares, em garantir uma massa de eleitores que estariam presos a eles por gratidão, que instigaram a ocupação do local, isso sem falar na questão da extração de areia que é uma atividade intensa e que parou de ser alvo de discussão depois da ocupação do lugar. Várias empresas que estão localizadas na região se escondem atrás da miséria que hoje está em evidência, mas que no passado levou até mesmo o biólogo Paulo Vinha à morte. Mais uma vez está provado que tudo não passa de estratégia política (GONÇALVES, PAIVA, 2005, p.23).

Nas entrevistas feitas com os moradores mais antigos da Região V, no que toca aos avanços na luta por moradias, a menção honrosa ao ex-prefeito de Vila Velha Vasco Alves é unânime, embora as conquistas em termos legais e institucionais datem quase em sua totalidade das

duas gestões do prefeito Jorge Alberto Anders que governa inicialmente no período 1979-1982 e em seu segundo mandato 1996-2000. Essa associação de melhorias na região ao governo de Vasco Alves tem relação com todo o processo histórico de formação política e econômica do município de Vila Velha, onde a política habitacional sempre foi heterogênea. Ocupações desordenadas acontecem ao mesmo tempo em que são implementados projetos de moradias destinadas às classes médias a partir de benefícios de programas estatais como Cohab/ES22 e Inocoop/ES23 que formam os “conjuntos”. Os “Conjuntos” ocupam uma longa faixa do município. Constituem bairros com infraestrutura mínima que impulsiona o desenvolvimento de pequenos núcleos comerciais. Dentre esses estão as “Etapas”, sete blocos de edificações com quatro patamares de apartamentos populares que constituíram o bairro Coqueiral de Itaparica. Coqueiral como é conhecido o bairro, para o morador da Região de Terra Vermelha é a principal referência de desenvolvimento urbano. A oferta de serviços de comércio, cartórios, escolas, faculdades, casas noturnas, bancos, clínicas enche os olhos de quem ainda precisa se deslocar de sua região para prover necessidades básicas, desde o acesso a supermercados e bancos, como a de espaços de lazer como pizzarias e restaurantes nas palavras de um informante “mais estruturados”.

No que diz respeito às ocupações irregulares, a política de povoamento da cidade vai se consolidando a partir, sobretudo de pressões populares, especialmente do movimento pró-moradia e por transporte, assim como a reconfiguração da representação política no município, consoante com o processo de redemocratização em curso no país.

No início da década de 1980, inicia-se o processo de abertura política que inclui a reforma partidária. Em Vila Velha começava a articulação de novos partidos, dentre eles o PMDB e o PT. O PMDB com composição heterogênea abrigava antigas lideranças oligárquicas e membros do Partido Comunista Brasileiro (PCB), possuía grupos progressistas com tradição política no município, o PT por sua vez, abrigava lideranças de movimentos populares, das CEBs e de grupos intelectuais de esquerda (FREITAS, 2009, p.32).

Doimo (1984) indica como elemento fundamental para a organização da popular em Vila Velha assim como em toda a Grande Vitória, a presença das Comunidades Eclesiais de Base. A Igreja Católica com a “Opção preferencial pelos Pobres”, a partir de orientações do Concílio Vaticano II, ocorrida na década de 1960, a exemplo da referência unânime que é o ex-prefeito Vasco Alves, liderança formada na Igreja Católica de orientação pautada pela Teologia da Libertação, entre os moradores mais antigos da Região de Terra Vermelha, as CEB também aparecem em todas as entrevistas.

*“Nós lutamos muito na Igreja para conseguir as coisas aqui. Era luta e reza.” D. Joana*

Por iniciativa da organização dos leigos, em 1978 é formado o Conselho de Periferia das CEB's de Vila Velha, a partir de onde começam a se destacar lideranças das comunidades que virão transformar o cenário político local, inicialmente com a constituição do Movimento do Transporte Coletivo em Vila Velha (PIRES, 1993). As lideranças católicas, intelectuais e artistas da cidade vão contribuir para a emergência de novo outro ator na malha de redes que interagiam no município:

Esses movimentos foram fundamentais para o aparecimento de forças renovadoras no campo da política, o que favoreceu a eleição de Vasco Alves, membro do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), em 1982, para prefeito. O município de Vila Velha durante toda a ditadura foi governado pelo partido de oposição instituído durante a ditadura, o MDB (Movimento Democrático Brasileiro). Entretanto, por ser o único partido de oposição ao governo, o MDB abrigava pessoas com várias concepções ideológicas (FREITAS, 2009, p. 33).

A liderança de Vasco Alves emerge justamente do seio das lutas das CEB e sua atuação junto a comunidades da periferia, que é capitalizada pela organização partidária, ainda que em Vila Velha,

[...] o PMDB praticava uma política tradicional, impermeável aos movimentos sociais e aberta aos interesses oligárquicos das famílias tradicionais donas de terras urbanas e do monopólio do transporte coletivo. Este governo propôs a ampla participação popular nas decisões do governo municipal (PIGNATON, 2005, p. 36).

A eleição de Vasco Alves representa a aproximação com as comunidades inicialmente. O que o torna ainda muito querido na Região de Terra Vermelha. Seu padrão político de veia populista se configurará mais claramente nos anos seguintes, inclusive se elegendo como prefeito do município vizinho, Cariacica, onde ocorre definitivamente a sua ruptura com boa parte das lideranças das CEB, mais próximas dos quadros do PT.

**Figura 2** – Terreno onde foi construída a Associação de Moradores de Terra Vermelha nos anos de 1980.



13/12/2013.

**Figura 3** – Primeiro ônibus mantido pela PMVV que ligava a região ao Centro da cidade.



Extraída de: <<http://web3.ufes.br/ppgps/sites/web3.ufes.br/ppgps/files/Monica%20F.%20Ferri.pdf>>. Acesso em 13/12/2013.

**Figura 4** - Construção da associação de moradores em 1997.



Extraída de:<<http://web3.ufes.br/ppgps/sites/web3.ufes.br/ppgps/files/Monica%20F.%20Ferri.pdf>>. Acesso em 13/12/2013.

Em função da ausência da presença sistemática do Estado nos primeiros anos de formação da GTV, não é de surpreender a popularidade que goza o ex-prefeito Vasquinho, uma vez que além de ter feito parte da movimentação local na luta por moradia, foi o primeiro representante político conhecido pelos moradores numa cidade marcada por administradores oriundos de famílias tradicionais do ES, completamente alheias à realidade da periferia da cidade. Ou seja, a consolidação do reconhecimento político da Região V está diretamente ligada à luta dos próprios moradores por mudanças na localidade que, por consequência, geram mudanças no município.

## 2.2 A Grande Terra Vermelha Hoje

Resultado de um processo histórico complexo, hoje o conjunto populacional da Grande Terra Vermelha faz parte da Região V (Lei Municipal nº 4707)<sup>18</sup> e se distribui entre os bairros Barramares; Cidade da Barra; Jabaeté; João Goulart; Morada da Barra; Normília da Cunha; Praia dos Recifes; Riviera da Barra; Santa Paula I; Santa Paula II; São Conrado; Terra Vermelha; Ulisses Guimarães e Vinte e Três de Maio. E ainda os bairros que não constam da relação oficial de documentos do município publicizada: Parque Residencial Jabaeté e Brunella I e II. Todos situados na altura da Rodovia do Sol, km 08, Barra do Jucu (ao lado do material de construção Francischetto). A Região V ainda inclui os bairros Barra do Jucu, Balneário Ponta da Fruta, Nova Ponta da Fruta, Morada do Sol, Interlagos e Morro da Lagoa que não foram contemplados em nossa pesquisa etnográfica.

Conforme o censo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010<sup>19</sup>, a população presente no território é 31.114 homens, 31595 mulheres, num total de 62.702, distribuídos em aproximadamente 23.503 domicílios, incluindo os bairros não contemplados no levantamento etnográfico.

A Terra Vermelha de hoje é bastante diferente em muitos aspectos da comunidade cujo maior ciclo de povoamento se deu nos anos de 1990. Serviços essenciais, embora precários e insuficientes para dar conta da demanda, já existem na região. Nos anos 1990 mesmo, eletrificação e distribuição de água foram conquistadas, resultado de incansável luta dos moradores. A densidade populacional da região passa também a atrair o olhar de políticos, que a custa de barganhas facilitam a chegada de recursos como escolas, posto de saúde e calçamento das principais vias. A região hoje dispõe de, distribuídas entre os dezenove bairros, nove escolas municipais de ensino fundamental, cinco unidades municipais de educação infantil, três unidades municipais de saúde, dois centros de referência de assistência social, uma escola estadual de ensino médio e o centro Marista de formação que oferece ensino fundamental e médio. O comércio na região é relativamente ativo. Especialmente em duas localidades, as ruas principais dos bairros: Terra Vermelha e João Goulart. Ao longo delas, encontramos papelarias, mercados, muitas lojas de suprimentos eletrônicos, sobretudo

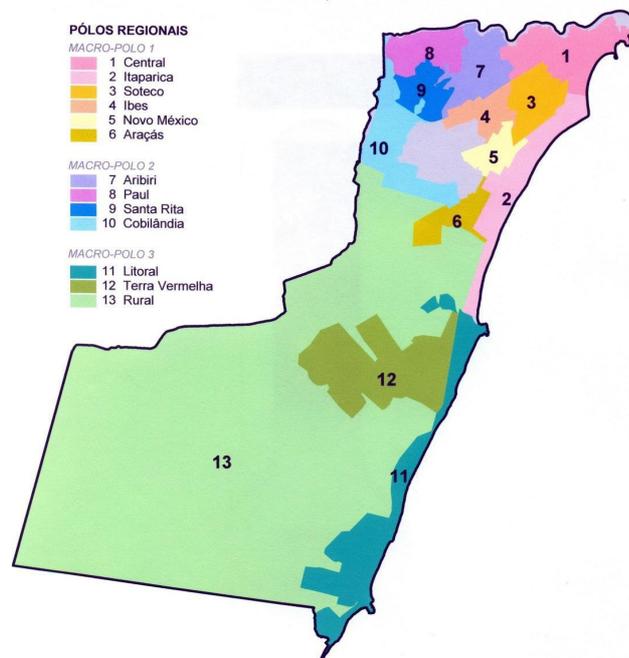
<sup>18</sup> VILA VELHA, Prefeitura Municipal. Lei Municipal 4707 de fevereiro de 2008. Institui a criação das Regiões Administrativas do Município de Vila Velha. Disponível em: <<http://www.legislacaoonline.com.br/vilavelha/images/leis/html/L47072008.html>>. Acesso em 12/01/2014.

<sup>19</sup> IBGE. Anuário Estatístico 95. Rio de Janeiro, IBGE, 1996. Censo Demográfico 2010 Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em 12/01/2014.

de telefonia, padarias, farmácias, lojas de móveis e confecções. Conta com duas agências bancárias, uma do Banestes (Banco do Estado do ES) e outra da CEF (Caixa Econômica Federal), algumas casas lotéricas, muitos bares e lanchonetes. Em qualquer horário do dia, nessas ruas, o número de pessoas circulando é considerável.

*“Quando casei, nem precisei sair daqui para comprar minhas coisas de casa. Comprei meus móveis, eletrodomésticos e enxoval aqui mesmo.” (Priscila, moradora do bairro Riviera da Barra).*

**Figura 5:** Pólos Regionais do Município de Vila Velha.



Extraído de: <<https://www.google.com.br/>>. Acesso e, 02/12/2013.

Os relatos de que me valho nesse trabalho não foram recolhidos apenas na região pesquisada. Não raras vezes tive oportunidade de conversar com moradores em situações inusitadas, circulando por outros bairros do município de Vila Velha, especialmente nos redutos de classe média. Em certa ocasião, por exemplo, me assentei na areia da Praia de Itapoã, na região conhecida como Beverly Hills próximo a um vendedor com duas grandes caixas térmicas embaixo de três guarda-sóis. Logo que estendi minha canga, se aproximou um adolescente de aproximadamente 15 anos e me ofereceu uma cadeira de praia que poderia ser usada se eu consumisse as bebidas que ele vendia.

Entre um pedido e outro, depois que aceitei a oferta, notei o sotaque nordestino e sondei o menino acerca de suas origens. Ele me informou que era do sul da Bahia, mas que estava morando com a irmã e o cunhado na Barra do Jucu. Comentei que estava fazendo uma pesquisa na Região de Terra Vermelha. Ele mudou o assunto. Todas as vezes que eu mencionava a região ele escapulia para outra prosa. Até que mencionou que queria se mudar para o município da Serra, onde outros parentes viviam. Perguntei o motivo. Ele disse que lá era “muito melhor” e só para mim diria que mora mesmo é em João Goulart, mas que o lugar era muito feio, sem estrutura e queria progredir para mudar logo. Havia chegado da Bahia recentemente.

Num outro momento, numa casa de mariscos famosa da cidade mais uma vez atenta ao sotaque nordestino dos garçons conversando entre si, procurei oportunidades de conversa com a moça que me atendia e logo ela disse que era da Bahia, mas morava na Barra. Não mencionei a pesquisa desta vez, mas como chovia muito e Vila Velha sofre constantemente com alagamentos, inevitavelmente começamos a conversar sobre a dificuldade de voltar para casa. Então ela disse que, certa vez, ela e outros funcionários do estabelecimento tiveram que passar a noite no trabalho por falta de condições de seguirem para as suas casas por causa da chuva. Foi quando revelou mais precisamente seu endereço: Barramares.

Esses episódios são comuns. Em restaurantes, no comércio local e na prestação de serviços gerais nas áreas mais nobres da cidade, Terra Vermelha se faz presente. Embora nem sempre considerem isso os moradores dessas localidades. O irmão Marista Rafael, coordenador da casa de formação da congregação que fica no bairro Riviera da Barra e a professora Priscilla também moradora do bairro, neste sentido, mencionam em uma das entrevistas que durante uma atividade em que os alunos do Colégio Marista, adolescentes de classe média foram levados à Região de Terra Vermelha para uma visita técnica, quando indagados pelos nativos onde moravam respondiam: “Em Vila Velha” - numa clara indicação que não conseguiam reconhecer aquela região e sua realidade peculiar como parte da mesma cidade em que viviam.

Essa percepção também é compartilhada por muitos adultos. No informativo da Associação de Moradores do bairro Praia da Costa, por exemplo, são comuns menções às causas da sujeira e violência na orla em função da presença dos “aba reta”, os jovens que apreciam

gêneros musicais como funk e rap que moram nos bairros mais carentes do município, especialmente em Terra Vermelha e na região do Aribiri. Os moradores da região carregam de alguma forma o estigma que lhes foi atribuído historicamente. Dizer que mora na Barra é uma forma de fugir ao preconceito. Quando na comunidade perguntamos sobre a vida ali, a fala muda. Há registros de coisas que os moradores julgam boas e o ressentimento em relação à forma como a região aparece nos programas de TV e rádio de conteúdo policial. Entre a região de Terra Vermelha e o resto da cidade existe a Reserva Florestal de Jacarenema que cria um hiato espacial entre bairros. E exatamente no meio do caminho no sentido Centro de Vila Velha, funciona um posto da Polícia Rodoviária Federal. A impressão de que as condições geográficas geram de apartamento, separação, segregação de fato a revela e é reforçada por todos os estereótipos que tanto incomodam seus moradores. Mas a transposição das barreiras “naturais” e culturais acontece diariamente. Embora sejam muitos os serviços disponíveis, ainda é bastante comum o deslocamento dos moradores tanto para trabalhar como para buscar serviços diversos na região urbana mais próxima, o bairro “Coqueiral de Itaparica” ou no shopping Boulevard, um enorme empreendimento na Rodovia do Sol onde muitos trabalham, circulam e consomem.

*“Se você pegar um ônibus cedinho aqui ele vai lotado. Gente toda arrumada, mas quando chega em Coqueiral, Praia da Costa desce todo mundo, a maioria domestica. Se você quer um supermercado melhor, uma pizzaria boa tem que ir pra Coqueiral” (Robson, 32 anos morador do bairro Jabaeté).*

Na região circulam seis linhas de ônibus, funciona também um centro de reabilitação de menores, um complexo esportivo, o Barradão, aos domingos pela manhã uma feira livre bastante extensa e diversificada. Embora seja uma região muito visada por políticos em período de eleições, a comunidade não conta com nenhum representante morador da localidade nos poderes municipal e estadual.

### 2.3 Redes, atores e agências

É possível identificar em Terra Vermelha redes de interação e fluxos coletivos diferenciados. A comunidade é muito heterogênea e o investimento na cartografia social da região revelaria conforme o avanço e aprofundamento da pesquisa etnográfica à identificação de incontáveis fluxos e convergências. Entretanto, trabalho aqui com um número limitado de redes mais genéricas, para que tornem mais inteligível as descrições acerca da dinâmica cultural local. A identificação desses núcleos de interação foi feita a partir da própria circulação pelos bairros e pelas pistas dadas pelos informantes. Assim, a categorização que aqui faço, procura ser fiel aos arranjos que os próprios informantes sinalizam como mais significativos na vida do grupo.

Um dos primeiros fluxos que identifiquei foi o das *redes de parentesco*. Ainda que boa parte dos moradores seja de migrantes de MG e BA, raramente encontramos pessoas que não tenham parentes vivendo no mesmo bairro ou em outros da região. Essas redes de parentesco são importantíssimas na construção das conexões mediadas ou não por TIC's. Minhas visitas às famílias mais antigas da localidade foram marcadas por momentos de resgate de trajetórias de muita sensibilidade. Risos e lágrimas, especialmente no período de dezembro de 2013 por ocasião das fortes chuvas e as catástrofes naturais ocorridas em todo o ES. A região do Rio Doce, caminho natural da maior parte dos migrantes mineiros e as memórias das enchentes de 1979, a perda de parentes, amigos, as mudanças. Foi um período de relatos marcados por muita emoção, muitos deles colhidos na Internet, pelo chat do Facebook, postagens de imagens, pedidos de ajuda ou simples desabafos.

*“Eu comprei um lote e depois meu irmão veio. Daí a gente trouxe mamãe porque aqui ficava mais fácil para tratar da saúde.” (Maria, 33 anos).*

E também:

*“Agradeço à Patricia Pavesi pelo resgate de fotos das enchentes de agora e de 1979 que castigou tanto minha família e muitos amigos.” (Flávio, 38 anos).*

Diferentes relatos recolhidos tanto no plano on como no offline da pesquisa etnográfica sinalizam de forma muito explícita o valor que as relações familiares têm para os moradores, que passa tanto pelo afeto quanto pela solidariedade nos momentos de dificuldades e, sobretudo, pela marcação de trajetórias e histórias de vida.

**Figura 7** – Família do Flávio, moradores da Grande Terra Vermelha.



Extraída de: <<https://www.facebook.com/jflaviosantana?fref=ts>>. Acesso em 13/01/2014.



**Figura 8** – Imagem do perfil do Facebook de Priscilla Alves. Extraída de: <<https://www.facebook.com/priscilla.alves.7374?fref=ts>>. Acesso em 14/01/2013.

Além do espaço doméstico, do quintal, da casa, as Igrejas são lugares privilegiados de reunião e trocas e numerosas, especialmente as cristãs católica e pentecostal. A circulação de bens simbólicos e materiais em associações feitas a partir de crenças e vínculos baseados na fé é bastante expressiva. Estas são movidas pela confluência das que chamei *Redes Religiosas*. O engajamento dos moradores nestas redes é muito forte. Além de repostas a demandas materiais em função da ajuda mútua e de práticas solidárias diversas, o vínculo com uma determinada Igreja representa também a oportunidade de lazer numa localidade com poucos espaços públicos de recreação e convivência. A minha circulação na região foi imensamente favorecida pelo contato com estes grupos. Participei de muitos cultos, celebrações, cursos de formação e shows gospel. Neste tipo de evento, o porte de toda uma sorte de equipamentos como câmeras fotográficas, aparelhos celulares e tablets era muito comum e já evidenciava a importância que as TIC's tinham entre os moradores. Foi em um deles que uma das fiéis registrou numa conversa informal:

*“A Internet ajuda muito. A gente combina as tarefas do grupo de louvor, os passeios e os cultos.” (moradora do bairro João Goular, 43 anos).*

Emergindo de vários espaços como as próprias Igrejas, o movimento popular organizado, ONG's, academias, escolas, espaços de lazer diversos (bares, casas noturnas, praças, Ginásio Barradão) se destaca a *Rede de Produção Cultural*. Nessa rede circulam atores que protagonizam e/ou promovem as produções artísticas, culinárias, tecnológicas e entretenimento genuínos da região. Bandas de rock que se reúnem mensalmente no Bar da Mery na Riviera da Barra, bandas de música Gospel que fazem apresentações em templos e praças, grupos de funk e seresta, sertanejo e o pagode dos botecos da Praia dos Recifes. As lanhouses sempre cheias de jovens em busca de games, grupos de RPG, uma produtora de vídeos (NTV - Núcleo Terra Vermelha) que funciona como Ponto de Cultura, atividades esportivas e recreativas no Ginásio Barradão, campos de futebol, bocha e de prática de paintball alimentam ricas, ativas e criativas interações.

**Figura 9** – Show de rock no Bar da Mery.



Extraída de: <<https://www.facebook.com/mery.silva.33?fref=ts>>. Acesso em: 12/12/2013.

A vida diária na Região V em muitos aspectos é autônoma do resto da cidade, especialmente no que toca ao comércio e à prestação de serviços. Supermercados, lojas de confecções, eletroeletrônicos, mobiliário, calçados, papelarias, padarias, bares, restaurantes, oficinas, provedores de Internet via rádio, cerimoniais, serviço de táxi e motoboys estão disponíveis aos moradores. A economia local é ativa, em muito estimulada pelo Banco Terra (Economia Solidária) e pela Associação de Comerciantes de Terra Vermelha que se valem de parcerias e programas como o Nossocrédito (parceria com o Governo do Estado) que oferece financiamentos de até R\$ 7,5 mil, com juros de 0,9% ao mês e prazo de pagamento de até 24

meses para o empreendedor<sup>20</sup>. Esses atores constituem o que denominamos “*Rede Produtiva*”, onde podemos incluir ambulantes e o comércio informal local em suas diferentes formas. Há ainda espaços e produção agrícola na região, mas de pequena expressão.

**Figura 10** - Rua Afonso Cláudio, Bairro Terra Vermelha.



Extraída de: <<https://www.google.com.br/>>. Acesso em 13/01/ 2013.

Embora a presença do Estado seja precária no que toca à qualidade na prestação de serviços, há uma série de movimentações que são feitas a partir dela. Escolas, Unidades de Saúde, de Policiamento, transporte coletivo e programas de ação social esparsos envolve a interface entre moradores e agentes do serviço público e eventualmente com representantes dos Poderes Legislativo e Executivo municipais. Relações conflituosas em muitos aspectos especialmente em relação à Polícia Militar e de grande insatisfação com agentes de saúde são comuns. Raros são os serviços de saneamento e conservação de vias públicas, muito precariamente a reparação das ruas por onde circulam as linhas de ônibus que servem à região. A interação com essa de *Rede de Agentes e Agências do Estado* foi muito importante para a pesquisa de campo, sobretudo no que toca aos agentes de educação e ação social que além de valiosos informantes, mediaram o contato com moradores em diversas situações.

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://www.vilavelha.es.gov.br/paginas/desenvolvimento-economico-economia-solidaria>>. Acesso em 01/02/2013.

**Figura 11** – Serviço de limpeza urbana na Grande Terra Vermelha. Imagem de Camila Vargas.



Extraída de: <<http://www.vilavelha.es.gov.br/noticias/2013/01/prefeitura-recolhe-60-toneladas-de-lixo-em-terra-vermelha-3390>>. Acesso em 01/02/2014.

**Figura 12** – Unidade de Saúde do bairro Jabaeté.



Imagem de Camila Vargas. Extraída de: <<http://www.vilavelha.es.gov.br/noticias/2013/01/prefeitura-recolhe-60-toneladas-de-lixo-em-terra-vermelha-3390>>. Acesso em 01/02/2014.

Com a longa história de abandono do Estado, os moradores desde sempre desenvolveram estratégias de sobrevivência a partir de associações, seja a partir das Igrejas ou por meio da ação de lideranças dos próprios bairros. Lutas como a da regularização das moradias, calçamento de ruas, construção de escolas e unidades de saúde e assistência social, praças e espaços de lazer e o provimento de energia elétrica e abastecimento de água, telefonia e mais recentemente Internet e TV a cabo são diárias e não saem da pauta da agenda política local. O associativismo passa desde a organização para conquista de melhorias a partir da ação do Estado, quanto de agentes da iniciativa privada. A comunidade tem um robusto movimento popular ao qual se deve boa parte das conquistas materiais e documentais pelos moradores. Essa *Rede Popular Organizada* é composta por múltiplos agentes com lutas em segmentos distintos. Acompanhei o dia-a-dia daquelas que aparecem de forma mais significativa nas falas dos entrevistados, no que diz respeito à percepção que eles têm de suas ações como contribuições concretas e efetivas no cotidiano.

Dentre as iniciativas de movimentos organizados na localidade que, segundo os moradores geram impacto no dia-a-dia de jovens e adultos, está Ginásio de Esportes mais conhecido como o “Barradão” que funciona desde 2009 é o primeiro espaço destinado à prática do boxe na região. A iniciativa tomada pelo capixaba Elival Gomes Cardoso, sem qualquer apoio de empresas particulares, governamentais ou da Confederação Brasileira<sup>21</sup>. Embora a iniciativa tenha sido de um empresário, o projeto, além de contar com espaço físico privilegiado, funciona com a coordenação de um assistente social e moradores colaboradores voluntários e alguns remunerados. Além de oficinas de Arte Marcial e Boxe, mantém um laboratório de informática com acesso à Internet disponível aos usuários e cursos de informática para jovens e adultos e atividades para a Terceira Idade.

Outro projeto social importante aos olhos dos informantes é desenvolvido desde 2001, fruto de uma parceria entre os Irmãos Maristas, a Prefeitura Municipal de Vila Velha e a Cáritas Arquidiocesana de Vitória, funciona no bairro Brunella II a Escola Marista Champagnat de Terra Vermelha. O foco do atendimento da obra social é o Programa de Educação Básica Gratuita na Perspectiva da Educação Popular, para os Ensino Fundamental Anos Finais e Ensino Médio. A participação no projeto se faz mediante comprovação de renda familiar

---

<sup>21</sup>DEHÓ, Maurício. Sonhando com medalhas, capixaba abre primeiro ginásio de boxe do país. UOL. São Paulo, fevereiro de 2009. Disponível em : <<http://esporte.uol.com.br/boxe/ultimas/2009/02/11/ult4358u304.jhtm>> Acesso: 23/03/2013.

máxima de um salário mínimo. Realizei alguns dos grupos focais da pesquisa de campo nesta unidade envolvendo funcionários, discentes, docentes e colaboradores com resultados bastante heterogêneos, uma vez que acolhem jovens e adolescentes dos vários bairros da Região V. Suas ações em regra estão bastante conectadas com as das CEB's e outros agentes do movimento popular local.

Ligado ao Movimento Vida Nova Vila Velha (MOVIVE), que desde 1997 trabalha na perspectiva de construção de uma cidade conjugando desenvolvimento e qualidade de vida, respeitando o meio ambiente<sup>22</sup>, o Instituto Grupo de Gestores da Região 5 de Desenvolvimento Local (IGG5), organização da sociedade civil que desenvolve uma série de projetos sociais na região de Terra Vermelha, é gerida por moradores e mantida a partir de doações e parcerias com governo e empresas.

---

<sup>22</sup> **MOVIVE.** Movimento Vida Nova Vila Velha. Vila Velha. Disponível em: <<http://www.movive.org.br/conteudo/omovive/>> Acesso em 10/11/2013.

Dentre suas ações mais efetivas estão o Banco Terra e o Núcleo Terra Vermelha de Vídeo (NTV) <sup>23</sup>. O Banco Terra funciona a partir do princípio da Economia Solidária, no intuito de estimular a geração de renda pela e na comunidade. Não é uma instituição financeira, por isso conta com o apoio da empresa Arcelor Mittal, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Secretaria do Trabalho, Assistência e Desenvolvimento do Espírito Santo (SETADES). Opera a partir dos eixos: Capital Solidário, Produção Sustentável, Comércio Justo e Consumo Ético. Mantém moeda alternativa que serve para trocas locais no intuito de estimular o desenvolvimento da região por meio da capacitação profissional e linhas de crédito alternativas com juros diferenciados aos moradores<sup>24</sup> São diversos os agentes comunitários atuando nos bairros, mas, aos olhos da maior parte dos entrevistados, as instituições apresentadas parecem as com maior legitimidade e/ou efetividade em suas ações. De fato, acompanhei diversas atividades por elas desenvolvidas e há um volume de atividades que envolvem parte significativa dos moradores dos diferentes segmentos, aparecendo como pontos de rede importantes, efetivamente definindo as formas de organização e ordenação da vida local. Em sua interface com as demais redes apresentadas, temos uma configuração complexa de relações sociais que tornam o território um campo de pesquisa rico e difícil de ser mapeado.

As redes, atores e agências que destaquei não foram escolhidos por sorteio. Foram elencados a partir do conjunto de interações relevantes para a compreensão do consumo do acesso à Internet em Terra Vermelha. As convergências e rupturas que sua dinâmica diária de movimentação produz, incide na forma como os moradores acessam e manuseiam as TIC's. Avançando neste sentido, passo à caracterização de um importante fluxo de agências identificado na pesquisa etnográfica, a *Rede de Distribuição da Conexão*.

Todas as redes por constituição são híbridas e esta não poderia ser diferente. Nela podemos reconhecer os atores que de alguma forma estabelecem as condições e formas de conexão à Internet na localidade. Estes são desde as gerências aos técnicos que atuam na ponta na instalação de cabos e antenas das concessionárias privadas, os comerciantes e representantes

<sup>23</sup> **IGG5**. Blog do Instituto de Desenvolvimento Comunitário. Vila Velha, março de 2012. Disponível em: <<http://institutogg5.blogspot.com.br/>> Acesso em 10/11/2013.

<sup>24</sup> Disponível em: GOMES, Fiorella. POSSMOZER, Michelli. Blog Histórias de Terra Vermelha. Vitória, 05 de maio de 2010. Disponível em: <<http://www.historiastvermelha.blogspot.com.br/2010/04/historia-como-ela-e.html>> . Acesso em 12/03/2013.

comerciais que fornecem suprimentos/produtos digitais, empreendedores locais de conexão à rádio, educadores de escolas regulares e de projetos de inclusão digital, dentre outros. Forças diversas que emergem como recursos para o *empoderamento*, a distinção e o trânsito facilitado na vida do grupo, dada a importância que o acesso ao Ciberespaço tem no seu cotidiano. Essa rede complexa foi uma das mais desafiadoras no que toca ao acompanhamento de seu fluxo no decorrer da pesquisa, especialmente os atores da iniciativa privada e do comércio informal em função da capilaridade de suas práticas. Muitos técnicos não aceitaram meus convites para conversas e os que o fizeram pediram para não terem seus nomes revelados. Os representantes das concessionárias, por sua vez, colaboraram bastante cedendo informações sobre o cabeamento, mas, não entravam em detalhes no que toca ao recebimento de propinas para a redistribuição de linhas, informações que os próprios moradores me concediam e que, obviamente, não eram confirmadas pelos técnicos.

Estas redes que aqui descrevi não funcionam de forma linear e contínua. Frequentemente interpenetram-se, o que tornava muito desafiadora a tarefa de delinear e/ou rastrear seus fluxos. Embora não as tenha usado como categorizações fechadas em minha análise, a distinção, ainda que para efeitos metodológicos, serviu para garantir certa inteligibilidade na organização dos dados e do próprio texto etnográfico. Ainda que no texto não sejam mencionadas com frequência, implicitamente contribuíram para a sua estruturação.

### 3 – A HISTORIA DAS CONEXÕES NA GRANDE TERRA VERMELHA

**Figura 13** – Reunião do Nucleo Terra Vermelha de Vídeo na sede do Banco Terra.



Extraída de: <<https://www.facebook.com/dettmann.mendes?fref=ts>>. Acesso em 12/01/2014.

#### 3.1 A história das conexões na comunidade por ela mesma

A GTV é constituída de planícies e quase nenhuma elevação. Meu ponto de partida para a movimentação na área era a sede do Banco Terra. Sempre deixava o carro nas imediações, passava para cumprimentar o pessoal e seguia ora andando, ora no veículo mesmo. A movimentação no território orientada pelo Dettman do Núcleo Terra Vermelha de Vídeo se fazia a partir da entrada de acesso à Cidade da Barra. Seguindo na Avenida Afonso Cláudio, é possível acessar os diferentes bairros por vias asfaltadas e sempre cheias de gente. Aliás, duas coisas que logo na chegada à região me chamaram atenção foram, o grande número de pessoas circulando nas ruas e a quantidade de antenas de operadoras de TV à cabo e Internet nas casas. Ao contrário da Nova Holanda no Rio de Janeiro onde fiz uma primeira incursão etnográfica tentando compreender o acesso ao ciberespaço via “gatonet”, pouca fiação em postes já sinalizava de alguma forma que o “gato” não era prática universal e quantidade de antenas me convidava a estabelecer novas perguntas.

A comunidade é relativamente jovem, sua formação data do final dos anos 60, então obtive contato com vários dos primeiros moradores como já sinalizei antes. As interações com eles foram muito ricas, pois sempre marcadas por grande nostalgia e muita satisfação em verbalizar sua percepção da vida na localidade. Assim, usei algumas estratégias para procurar saber um pouco mais sobre a presença dos meios de comunicação eletrônicos na região. A menção de datas festivas no calendário nacional como Natal, Copa do Mundo de Futebol, Carnaval, Eleições foram muito produtivas, pois avivavam memórias diversas sobre como as notícias ali chegavam e como se mantinha contato com parentes e amigos distantes. Outro recurso extremamente valioso foi o uso de fotografias para intensificar as trocas durante as conversas. Sempre pedia aos donos da casa para me mostrarem as fotos de família que tinham, embora em alguns casos fossem poucas, a própria falta de imagens per si já gerava conversas e conversas.

A primeira forma de ocupação se deu a partir da apropriação de terras e constituição de sítios, chácaras e similares. A GTV está encravada na chamada área rural de Vila Velha, a posse de terras tem história controversa. Nas pesquisas em documentação pública, aparecem descrições de registros de propriedades efetivamente no pós-loteamento nos anos de 1970. Os relatos indicam que muitos dos proprietários de extensas áreas no período anterior fizeram usucapião de terrenos públicos que depois foram por eles vendidos aos migrantes que iam chegando depois. Um indicativo dessa “ilegalidade” de pertença é fala de D. Joana umas das primeiras moradoras, informando que as cartas e correspondências em geral não eram recebidas em casa, mas em postos ou comércios do bairro vizinho, a Barra do Jucu. A ausência de serviços básicos como provimento de energia elétrica e água encanada não impunha tarifação, assim, nem para a entrega de faturas os serviços postais tinham justificativa “técnica” para chegarem daquele lado da cidade. O rádio de início é indicado como o principal e único meio de conexão mediado por TIC’s disponível.

*“A gente ouvia a Rádio Espírito Santo e a Disfusora de Cariacica, as únicas que pegavam.”*  
(D. Penha)

Na sequência, os televisores chegam. Como não havia rede de fornecimento de energia elétrica, as narrativas indicam o uso de baterias de carro para fazê-las funcionar. Esses aparelhos, entretanto, começam a aparecer na região já nos anos de 1980 e em poucas residências, o que inclusive constituía mote para reuniões e fortalecimento de laços entre os

moradores. Os eventos mais citados são Copas do Mundo e novelas. O que é bastante comum em muitas partes do Brasil, onde esses acontecimentos constituem verdadeiras instituições totais. Em torno delas os moradores planejam e executam uma série de prestações recíprocas. As trocas são efetivadas a partir de dons diversos: a comida e a bebida que são consumidas preparadas e distribuídas no chamado “junta prato”, a acentuação de certas rivalidades como a preferência diferenciada por times de futebol, personagens de novelas, dentre outros. O isolamento e segregação do resto da cidade propicia a ambiência para o fortalecimento de laços locais que as TIC’s ajudam a mediar e enriquecer. Mas ainda com frequência eram feitos deslocamentos para a Barra do Jucu para assistir os jornais televisivos na TV da praça. Aliás, a TV da pracinha na Barra do Jucu e em outros bairros da Grande Vitória eram experiências efervescentes até o início dos anos oitenta. Certo tipo de experiência de vida pública se desenvolveu em torno dos monitores. As pessoas geralmente compareciam para assistir o “Jornal Nacional” e programas como Silvio Santos, Cassino do Chacrinha, Som Brasil, Globo de Ouro, desfiles de escolas de samba e claro, novelas. Geralmente a programação da Rede Globo através da afiliada local a Rede Gazeta, canal 4. Era possível encontrar famílias inteiras, pessoas de diferentes faixas etárias e denominações religiosas sentadas juntas nos bancos e canteiros de praças não apenas assistindo, mas comendo pipoca, conversando sobre amenidades.

No final dos anos de 1980, as TV’s já eram presença marcante na região, mas irão efetivamente estar presentes na maior parte das moradias nos anos de 1990, quando a energia elétrica passa a ser fornecida regularmente.

A telefonia é instalada no mesmo período, a princípio com a implantação de “orelhões” pela Companhia de Telefonia do Espírito Santo (TELEST), mais tarde adquirida pela concessionária de Telecomunicações Oi.

*“O primeiro orelhão daqui ficava lá no Bar do Mineiro e nós andávamos muito para usar e para dar recados, depois virou “Vai-e-Vem.” (D. Joana, 55 anos).*

O Bar do Mineiro localizava-se no bairro Terra Vermelha e foi posteriormente transformado em uma pequena mercearia e hoje é supermercado e tem outro nome, embora seja do mesmo proprietário. Já não está no mesmo terreno, passou para a outra esquina. A área que ocupava hoje abriga a agência da Caixa Econômica Federal. Mas os moradores identificam a

localidade ainda por essa referência histórica. Andando pela região, mesmo em outros bairros, é comum a indicação “ali perto do Mineiro” por moradores de diferentes idades. Embora essas formas de georreferência construídas a partir da história da região, os moradores assinalam frequentemente em seus depoimentos a noção de progresso como qualificador da vida social local. O progresso seja nas conquistas coletivas em termos de infraestrutura (calçamento, telefonia, presença de aparelhos estatais como escola e unidades de saúde), seja nas performances de consumo individuais (a conquista da casa própria, bens domésticos como móveis e eletroeletrônicos, vestuário de “marca”, automóveis, etc.). Ainda que os mais antigos atribuam grande valor à sua história de luta para estabelecimento de suas famílias na região, enchem os seus olhos ao falarem de como aquele lugar se desenvolveu. Ao contrário da alusão ao passado, o valor está no que meritocraticamente construíram e o que hoje possuem. O recurso da pátina posta por McCracken (1990) como forma de autenticação do valor de um bem numa certa configuração social parece se inverter na Grande Terra Vermelha. Se “a presença desta pátina reassegura a um observador que [os objetos] têm sido uma posse da família por várias gerações e que, portanto, a família não é recém-chegada a sua presente posição social” (MCCRACKEN, 1990, p. 55) fazia sentido para a aristocracia européia e de alguma forma ainda se coloca como elemento presente no imaginário das classes médias brasileiras hoje, para o morador de Terra Vermelha é justamente a ostentação do que há de mais moderno e recente no mercado é que confere valor na escala de sucesso nas representações do grupo. Desta forma, naturalmente, as inovações tecnológicas, especialmente as desenvolvidas no universo da TIC’s tornam-se objetos de desejo por consumidores de todas as idades.

O “Bar do Mineiro” se tornou importante no mapa da vida social e física da região da Grande Terra Vermelha uma vez que se torna ponto de encontro e trocas entre moradores e também por historicamente abrigar o único telefone público para atender uma comunidade formada essencialmente por migrantes do interior do ES, MG e BA, numa época onde possuir linha telefônica residencial consistia num tipo de consumo de luxo,

*“Quando a gente saía para trabalhar de madrugada, a fila do orelhão dava volta. Era o povo ligando no horário que era mais barato e de graça. A gente falava um tempão com uma ficha só.” (Tico, 35 anos).*

O telefone funcionou na região como um mediador importante para retroalimentação de relações familiares, apesar das distâncias. Apesar do deslocamento, a maior parte das famílias mantêm vínculos estreitos com parentes de outras localidades, o que hoje é facilitado pela Internet e continua muito vivo. Assim modos locais de formação de redes de relacionamento são tornados possíveis pelo advento das novas tecnologias de informação e comunicação (MILLER, HORST, 2005).

Com a disponibilização do serviço de “Vai-e-Vem” a comunicação foi potencializada, isso nos anos 90. Além de fazer ligações nos orelhões, podiam também receber. Assim, toda uma rede de solidariedade se abre. Vizinhos mais próximos ou pessoas que estavam ao telefone quando alguma ligação era recebida, a exemplo de telefonia rural disposta em sedes de patrimônios, os moradores espontaneamente fazem chegar os recados. Notícias de emprego, óbitos e simplesmente saudades, circulavam. As pessoas marcavam horário para receber ligações. Naturalmente também aconteciam conflitos em torno do uso do telefone público: quem “abusava” no tempo da ligação, recados não dados, fofocas e toda a sorte de eventos dessa natureza eram bastante comuns, inclusive gerando brigas familiares e entre vizinhos.

Nos anos 90, todo um projeto de expansão da rede de telefonia no ES impulsionada pela privatização da TELEST marcará a chegada de telefones residenciais na localidade. Assim como também os celulares e também a Internet. Interessante é que ambas as modalidades chegam juntas, mas ainda de forma muito contida. Mesmo com a ampla oferta de linhas a preços mais acessíveis em relação aos anteriormente cobrados, a renda familiar da maioria dos moradores da região não permitia a manutenção do que era tomado por “luxo”. Mesmo alguns moradores que adquiriam os serviços, levados pela empolgação da “linha gratuita”, não conseguiam manter em dia o pagamento de suas contas. Faturas altas, dada a demanda reprimida de conexão e as intermináveis horas passadas ao telefone, um elemento de consumo novo, cujas habilidades de manuseio e controle ainda estavam por se desenvolver.

*“Pouca gente tinha telefone em casa e quem acabava ajudando os outros em emergências. Alguns pediam pra ligar aqui em casa e pagavam depois, mas sempre tinha prejuízo, até que compramos aquele aparelho com chave que ajudava a controlar”. (D. Joana, 55 anos).*

Quando o serviço de telefonia era feito por concessionária estatal, os valores de uma linha eram altos, chegando mesmo no início dos anos 90 a custar em torno de quatro mil reais na

região. Carro e telefones eram bens de valores similares e possuí-los conferia distinção. Com a privatização do setor, essa foi ampliada a oferta de linhas que passaram a ser adquiridas em consignação. Assim, o morador não precisava mais comprá-la, apenas arcar com os custos de sua utilização, pagando a assinatura residencial. Ainda assim, possuir esse serviço representa ascender em *status quo* na região. Quem tem telefone fixo em casa é considerado “rico”, mesmo quando esse serviço chega por meio do compartilhamento de linhas com vizinhos e/ou parentes ou mesmo por meio da gambiarra.

Mesmo com a expansão, a telefonia residencial não chega facilmente à GTV. O cabeamento da região sempre precário retardou a chegada do serviço ainda de custo razoável, assim como acontece com o serviço de conexão à Internet hoje. Mesmo não pagando pela linha, os moradores que desejam o serviço ainda precisam desembolsar, mas não para a empresa. Agora, os donos do serviço são os técnicos que administram as instalações na região.

### **3.2 A chegada da Internet na região e a máfia dos técnicos**

Depois do primeiro contato com moradores mais antigos da região a partir da rede da Igreja Católica facilitada pelo casal Herbert e Priscilla, procurei lideranças locais, o que inevitavelmente me levou ao Banco Terra e ao IGG5. Assim, conheci a sede do Banco, D. Penha, antiga moradora do bairro e colaboradora da instituição e seus filhos, bem como o Dettman, que trabalhava com economia solidária, do grupo de produção de vídeos e liderança jovem da região.

Muito conectado, apreciador de jogos digitais, criação de produtos digitais e música. Muito empolgado me disse que a história da Internet em Terra Vermelha na sua avaliação é muito interessante que até 2011 eles não tinham conexão como têm hoje.

*“As primeiras conexões eram “discadas” eu e mais uns quinze amigos chegávamos a ficar de 00:00h de sexta até 00:00h de domingo jogando. Ninguém fazia ligação lá em casa porque ficava conectado jogando o final de semana inteiro porque era de graça.” (Dettman, 34 anos).*

Ele contou também, que a comunidade fez vários abaixo-assinados para que a empresa telefônica que detinha o monopólio da prestação de serviço no ES, a Oi e seu provedor o Velox viessem atendê-los, mas as desculpas eram inúmeras,

*“Pediam 100 assinantes, nós conseguimos 200 e ainda assim negavam a conexão. Daí, fazíamos esquemas como usar um CPF de alguém e pedir conexão Velox como se morássemos na Barra do Jucu, que é uma região mais antiga, com moradores de classe media, com endereço de lá, e pagando a um técnico da operadora, ele, clandestinamente redistribuia a linha que acabava servindo, muitas vezes, para uma quadra inteira de moradores que dividam entre si os custos.”*

Como a conexão à Internet estava atrelada à posse de uma linha telefônica e isso era um luxo para poucos, o seu uso ainda em meados da primeira década dos anos 2000 não era disseminado nos bairros. Nem mesmo o comércio local dispunha do acesso.

Quando a Global Village Telecom (GVT) chegou veio o sonho do cabeamento, mas ele não se concretizou. Logo, empreendedores da região criaram seus provedores alternativos que ele (Dettman) chamou de “pequenos provedores”, que cobram um preço bem mais justo e fazem a net chegar às pessoas. Esses pequenos provedores eram basicamente serviços de conexão via rádio. Com um custo mais baixo, mas com muitos problemas de sinal esse serviço ainda existe na região, mas muito pouco usado. O Velox chega pela via comercial efetivamente à região. Pelas mãos de comerciantes em geral e especialmente no início dos anos 2000 pelos donos de *lan houses*.

*“mas muitas abrem e fecham rápido. Inclusive, a primeira foi uma intervenção do IGG5 e Banco Terra, que investiu na parceria com um empreendedor local, para fazer uma que funcionava também como um telecentro.” (Dettman, 34 anos).*

Na sequência, alguns Telecentros começaram a funcionar em escolas e Organizações Não-Governamentais (ONG's). Na primeira fase da pesquisa, concentrei-me em conversas com monitores de Informática que atuaram/atuam em pontos de acesso à Internet gratuito. De forma geral, reclamavam muito das condições de trabalho, uma vez que as demandas eram altas e poucos os equipamentos, mas foram unânimes no que toca à percepção da importância

desses núcleos para a popularização da rede entre os moradores, principalmente os mais jovens.

Mesmo os comerciantes para usufruto da conexão à Internet precisam lidar com aqueles que emergem como agentes importantes para a efetivação do sinal em TV, os técnicos das operadoras que prestam serviço na região. Compreendo que a inclusão digital, especialmente a partir do acesso à Internet acontece de formas distintas no Brasil. Além das oportunidades de usufruto do sinal por meio do serviço de conexão oferecido por aparelhos públicos como escolas e telecentros espaços mantidos por ONG's ou pelas próprias comunidades, o acesso à Internet se efetiva também por esforços dos usuários que incluem o pagamento a partir de seus recursos financeiros próprios.

Via celular, modens 3G, assinatura de provedores via telefonia fixa ou arranjos de compartilhamento, as famosas “gambiarras” comumente chamadas no Rio de Janeiro “Gatonet” e “Favelox”<sup>25</sup> no Espírito Santo. Essas, além de um tipo de redistribuição de recursos segundo critérios de mercado colocados pelos próprios usuários, pensada do ponto de vista do investimento técnico de quem efetivamente as produz, que empreende esforços de natureza prática e investigatória em torno de mecanismos técnicos de produção podem ser sim, consideradas um “produto técnico”, um tipo *sui generis* de prestação de serviços de tecnologia de informação. Um bem de consumo taxado<sup>26</sup>, porque na maioria das vezes não é distribuído gratuitamente, mas que circula no chamado “mercado de trocas informais”<sup>27</sup> e

<sup>25</sup> Rio de Janeiro e Espírito Santo são Estados da Região Sudeste do Brasil onde a pesquisa etnográfica que dá base ao artigo foram desenvolvidas. Os arranjos para consumo compartilhado do sinal de Internet não que não sejam do conhecimento das concessionárias autorizadas para a prestação do serviço são considerados ilegais no Brasil. Os termos “Gatonet” e “Favelox” fazem alusão justamente ao desvio do sinal de suas fontes autorizadas nas duas localidades Net e Velox-Oi.

<sup>26</sup> Neste sentido ilustra o caso das comunidades cariocas em que podemos observar o que Lenin Pires (“Arreglar” ou pedir arrego – o comércio ambulante e a administração dos conflitos nos trens de Buenos Aires e Rio de Janeiro. Disponível em <[http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD\\_Virtual\\_26\\_RBA.pdf](http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD_Virtual_26_RBA.pdf)> Acesso em 13/05/2012, identificou em mercados informais na cidade Buenos Aires, o “Arreglo”, que consistiria numa espécie de tributo pago por empreendedores para comercialização de seus produtos num mercado informal. No caso brasileiro poderia ser tratado como “propina”. Na “gataria” das comunidades cariocas, o “arreglo” é pago às milícias. Ou seja, o consumidor continua pagando o serviço mesmo quando há desvio de sinal, e mais, incidem tributos outros sobre ele, que são depositados aos milicianos e não ao Estado.

<sup>27</sup> Vera Telles define como: “Por ora basta dizer que são redes que passam pelo lado oficial, formal e cintilante da indústria cultural, que transbordam para os dispositivos sociotécnicos acionados nas fronteiras incertas do informal e ilegal, para se enredar nos múltiplos circuitos do comércio ambulante por onde circulam produtos de procedência conhecida, desconhecida, duvidosa ou ilícita, para então se condensar nas miríades de pontos de venda espalhados pela cidade.” Disponível em: <[http://www.veratelles.net/home/wp-content/uploads/2013/04/2009-Ilegalimos-e-Cidade\\_NovosEstudos.pdf](http://www.veratelles.net/home/wp-content/uploads/2013/04/2009-Ilegalimos-e-Cidade_NovosEstudos.pdf)>. Acesso em 05/06/2012.

forjado a partir do trabalho de um tipo muito específico de produtores, com um know-how e artesanaria singulares.

Nas comunidades cariocas, especialmente na Nova Holanda, complexo da Maré os prestadores de serviço de desvio são conhecido como “Gateiros”<sup>28</sup>. Em Terra Vermelha/Vila Velha, na região metropolitana de Vitória/ES é conhecido simplesmente como o “Técnico”. Em relatos recolhidos entre esses agentes nas duas localidades aparecem autoapreciações de várias naturezas, mas em regra as falas se afinam no registro de suas performances como em parte resultante da instrumentalização para o desvio ou simplesmente concessão de linhas regularizadas, oportunizadas pelo ambiente de trabalho das empresas prestadoras de transmissão do sinal (boa parte dos informantes foram ou ainda são funcionários de telefônicas, empresas de TV a Cabo e Capacitação em Informática inclusive por programas governamentais e ou geridos por ONG’s), em parte fruto do aprendizado espontâneo, autodidata.

*“Ah, a gente dá os nossos pulos né? Dá uma de Magaive<sup>29</sup> e tira um trocado.” (Chapolin, técnico capixaba, 38 anos).*

Na maior parte das conversas que tive com técnicos/gateiros<sup>30</sup>, quando indagados sobre o processo de aquisição das habilidades e informações necessárias para o estabelecimento do desvio, a maior parte sinalizou a própria Internet como grande fonte de pesquisa e aprendizagem.

*“Precisa se atualizar né? Sempre tem equipamentos novos e a gente precisa ficar por dentro. Conversar com os colegas que ainda trabalham na empresa e correr atrás procurando na*

---

<sup>28</sup> Uma maior compreensão acerca do trabalho dos “Gateiros” no trabalho de Hilaine Yaccoub pode ser encontrada em YACCOUB, Hilaine de Melo. Atirei o pau no “gato”. Uma análise sobre consumo e furto de energia elétrica (dos “novos consumidores”) em um bairro popular de São Gonçalo – RJ Dissertação (Mestrado) apresentada ao Departamento de Antropologia do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense. Niterói, RJ, 2010.

<sup>29</sup> O informante faz referência ao personagem *MacGyver* (no Brasil, inicialmente, batizada como *Profissão: Perigo*), foi uma série de televisão americana exibida entre a década de 1980 e 1990. O título original da série tem o nome do protagonista, Angus MacGyver, um agente secreto que não usava armas e resolvia os seus problemas graças a conhecimentos científicos, materiais comuns e um canivete suíço que sempre carregava consigo.

<sup>30</sup> A abordagem dos técnicos/gateiros foi feita tanto face-a-face, como pela própria Internet, ora em conversas via chat em redes sociais, ora em fóruns de sites colaborativos que fornecem tutoriais para o que muitos dos próprios agentes chamam de “gambiarra”.

*internet.” (Gateiro Carioca, 26 anos).*

As dicas estão em blogs e até um fórum de discussão foi criado sobre a “inovação”. Internautas apontam valores altos cobrados pelas operadoras como argumento para a propaganda da tecnologia. Outros mostram dúvidas se, assim como “gato” de energia e água, os usuários do sistema podem ser punidos. No caso da TV a cabo, os hackers divulgam pela internet os códigos de acesso aos canais pagos, que estão no satélite Amazonas<sup>31</sup>.

Como a internet praticamente foi mencionada em todas as entrevistas face-a-face<sup>32</sup>, como um dos principais canais para aprendizado e aprimoramento das “técnicas de desvio”, passei à exploração desse universo de trocas e produção de conhecimento. Em minha busca encontrei vários sites, blogs e vídeos brasileiros que oferecem informações e instruções para manuseio de tecnologias de informação a partir ações paralelas às previstas pelo mercado formal de prestação desse tipo de serviço. Ainda que a finalidade primária dos sítios não seja a reunião de técnicos/gateiros, são comuns postagens onde são lançados tutoriais, dicas, anúncios de equipamentos, listas de discussão que em geral apresentam algum grau de complexidade para um leitor comum, mas que os iniciados dão conta de decifrar tanto termos técnicos como códigos criados pelos próprios internautas para burlar denúncias e qualquer tipo de fiscalização.

Em Terra Vermelha, circulando no comércio de eletrônicos e suprimentos de informática e telefonia, os informantes sinalizaram o amplo e bem-sucedido trabalho dos técnicos “por fora”. A média de preço pelo seu serviço de facilitação do processo gira em torno de R\$150,00 a R\$200,00. Assim, quem tem ou deseja ter conexão residencial hoje já fornecida sem a necessária posse da linha telefônica necessariamente precisa negociar com os técnicos. Pode até tentar pela via formal, ligando para as concessionárias e solicitando o serviço, mas na ponta, esse só será executado por decisão do técnico.

---

<sup>31</sup> NOVA ELETRÔNICA. Gato na TV – Azbox Azamerica - DuoSat Probox – O roubo em HD. Disponível em: <<http://www.eletronica.com/gato-em-tv-por-assinatura-satelite/>>. Acesso em 04/06/2013.

<sup>32</sup> A maior parte do material apresentado nesse artigo consta do banco de dados da pesquisa feita na própria internet. Essa remissão a internet pelos próprios informantes nos contatos face a face tem sido frequente no trabalho etnográfico ainda em curso. Por mais eu insistamos no encontro fora da rede, sempre a ela os entrevista nos fazem retornar em geral com a justificativa de que “é mais fácil”.

Esse monopólio da conexão parece passar por vistas grossas às empresas, uma vez que com a queda nas tarifas e ampliação do consumo na região, os gatos e compartilhamentos são cada vez menos frequentes e a receita das empresas aparentemente não é afetada. Enxergam nos resultados a expansão, mas como as gerências ficam distantes da ponta dos serviços, o potencial de demanda de serviços na região é pouco conhecido, uma vez que só mesmo diante de uma pesquisa *in loco* seria possível identificar a ação dos técnicos. Ela é silenciosa, oficiosa. Mais um tipo de acordo e toda uma rede de trocas e prestações mútuas que se estabelece na localidade. Técnicos conhecem comerciantes e retroalimentam entre si suas atividades. Há gambiarras inclusive em *Lan houses*, espaços hoje muito usado na região por apreciadores de games.

No início dos anos 2000, MILLER e SLATER já sinalizavam a força dos chamados cybercafés em Trinidad e Tobago como espaços para consumo do acesso da Internet entre camadas populares. No Brasil, BARROS (2007) assinala:

[...] As lan houses se tornaram o local mais utilizado para o acesso à Internet no país, segundo relatório divulgado em 2008 pelo CGI (Comitê Gestor da Internet no Brasil), a partir de dados coletados em 2007 (Fonte: [www.cetic.br](http://www.cetic.br)). O uso de centros públicos de acesso pago saltou de 30% em 2006 para 49% em 2007, passando à frente do domiciliar, que se manteve estável em 40%. Pela primeira vez, mais da metade da população brasileira com mais de 10 anos (53%) informou já ter usado um computador alguma vez na vida. Os centros públicos de acesso pago – as lan houses e cybercafés – são o principal local de uso da internet para as classes C, D e E. A pesquisa do CGI mostrou ainda que o acesso à rede em centros públicos gratuitos, como telecentros, ainda é modesto, tendo passado de 3% para 6%, de 2006 para 2007. Assim, os dados revelam que a inclusão digital da população de menor renda tem sido feita, em maior parte, pelas lan houses (BARROS, 2007, p.14).

Não podemos afirmar que, na Grande Terra Vermelha, o acesso à Internet se dê preferencialmente pelas *lan houses* hoje, mas certamente ainda permanece como um prestador de serviço importante não só para experiências de inclusão digital, sobretudo, para a composição do chamado mapa de consumo dos moradores da comunidade, bem como o mercado de trocas intrabairro. No plano formal ou informal do comércio local.

Em entrevista com Mário Brandão, presidente Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital que reúne donos de lan houses, alguns aspectos interessantes para a investigação foram abordados. Um deles refere-se ao papel das lans como fomentadoras do consumo local. Mário citou o exemplo de lans que fazem mediações para o consumo da vizinhança: em um desses casos, o dono de uma lan utiliza seu cartão de crédito para pessoas que não tem cartão comprarem produtos e serviços como passagens aéreas. Depois, faz a cobrança do valor emprestado através de “carnês” para pagamentos parcelados. Também existem casos de atendimento de pedidos na lan para lojas do comércio local que não tenham site, como pizzarias.

Esses exemplos mostram de que modo as lanchonetes são apropriadas por grupos de baixa renda para reforçar os laços comunitários através do estabelecimento de redes de consumo – o vínculo entre o dono da lanchonete e os moradores/comerciantes locais e o sentimento de reciprocidade saem fortalecidos com essas ações (BARROS 2007, p. 13).

### 3.3 Os celulares

Nas primeiras incursões em campo, procurei lanchonetes e para a minha surpresa encontrei poucas. Nelas, basicamente jovens fazendo o uso de games. Enquanto uns jogavam, os demais seguiam conversando entre si nas calçadas, portando celulares que concomitantemente manuseavam. Mais tarde, o próprio Dettmann, um dos meus informantes mais importantes, afirmou que a presença delas já havia sido mais notável, mas que hoje geralmente é a galera do game que precisa de conexão mais estável que a dos celulares para certos jogos que frequenta.

Nas entrevistas que fiz também se anunciava que a presença de Internet por acesso residencial era bem menor e se destacava a conexão via celular como realidade entre os moradores, especialmente os mais jovens. Os grupos focais feitos nas escolas do bairro definitivamente indicaram essa realidade. Em uma conversa primária com professores, um deles fez uma valiosa contribuição que serviu como fio que tomei para as entrevistas seguintes.

*“Agora a realidade aqui professora é Vivo On” (Prof. Neimar, 36 anos).*

Seguindo esta pista dada pelo professor não foi difícil constatar tanto na coleta de dados por meio de instrumentos de respostas fechadas como nos grupos focais e conversas individuais que o principal fator de inclusão digital em Terra Vermelha é a conexão via celular. Ali, como acontece na maior parte das cidades do interior do ES, não só a Internet, mas, também o serviço de telefonia passa a ser usufruído por muitos usuários a partir da posse do Telemóvel que, além de mais barato, seu sinal era alcançado nos mais recônditos lugares.

Um comerciante que mantinha em seu estabelecimento um ponto de recarga de créditos de celular de várias operadoras em João Goulart revelou que a movimentação em busca da recarga é intensa todos os dias da semana.

*“Tem gente que tem mais de um chip para aumentar o maior tempo de conexão boa e, pelo menos, vem umas vezes por semana recarregar”.* (Toninho, 54 anos).

A Internet, além de fortalecer associações e vínculos próximos, institui novas possibilidades de conexão a outros grupos, culturas e experiências de ser e estar não só na cidade, como em territórios remotos (seja pela conexão estabelecida com outros sujeitos em outras partes da cidade, país e mesmo outros continentes, seja pela interface propiciada por games, amplamente usado, sobretudo, por jovens nas Lanhouses espalhadas pela GTV). (GRANOVETTER, 1983). Evidencia representações do nativo acerca de sua própria posição territorial, atenuando noções clássicas associadas à vida na favela como exclusão, distância entre centro e periferia, dentre outras tão comuns, como sinaliza (BORGES, 2009), em seu estudo sobre Lanhouses na cidade de São Paulo,

“É preciso superarmos a visão que opõe a periferia ao centro. Esse antagonismo não ocorre de forma homogênea, em especial na metrópole paulistana (Magnani, 2006). A periferia é atualmente atendida por uma infra-estrutura que não necessariamente a coloca em destacada desvantagem ou atraso em relação ao centro. Consideremos principalmente a infra-estrutura que permite o consumo, uma vez que hoje o indivíduo que não consome, segundo Bauman (2007), está anulado, não existe. Nesse caso, assistimos ao crescente comércio nas áreas periféricas em virtude do alto número de moradores que constituem um público consumidor significativo. Esses equipamentos comerciais que visam atender à demanda local reduzem as idas ao centro, ao menos quando se trata de solucionar as necessidades e desejos de consumo cotidianos” (BORGES, 2009, p. 06).

A maior parte dos celulares como constatei são pré-pagos. Boa parte dos usuários não possui linha de telefone residencial. Quando indagados acerca do modelo de celular que desejariam ter, os smartphones são unânimes para quem ainda não os possui e versões mais modernas para os que já o utilizam. A justificativa mais comum para esse desejo é simples, como bem enfatizado por Rafiza :

*“Todo mundo quer ter celular com Internet, né?”*

A presença de computadores de mesa, notebooks e tablets nas residências é algo relativamente comum, embora nem todas disponham de acesso à Internet, mas mesmo quando usufruem do sinal residencial, quando se pensa em base a partir da qual a navegação é preferencialmente feita, sem dúvida, os celulares aparecem com toda a força. Entre as justificativas dadas para esta preferência estão, privacidade, portabilidade e mobilidade que eles permitem, além é claro, do menor custo.

Mas mesmo a conexão via celular é precária na percepção dos usuários. Numa das dinâmicas que desenvolvi nos grupos focais nas escolas, a tarefa dada aos participantes era a produção de uma paródia de qualquer música popular a critério deles que apresentasse a realidade do acesso à internet na região. Uma delas é bem elucidativa nesse sentido:

*“Era uma casa muito engraçada  
 Não tinha net, não tinha nada  
 Eu não podia fazer trabalho,  
 Porque a net não funcionava  
 Eu perco nota algumas vezes,  
 Porque minha casa não tinha rede  
 Ninguém podia se comunicar,  
 E olhe lá com o celular”*

*(paródia da música “A Casa” de Vinicius de Moraes feita por alunos da Escola Marista de Terra Vermelha)*

A história das conexões na região, mesmo antes do advento da Internet é marcada por inúmeros esforços dos moradores diante de condições adversas para usufruto do sinal. Na verdade, esta história é comum, realidade de muitas localidades brasileiras. E as fontes dela estão intimamente ligadas às opções políticas para a gerência das Telecomunicações adotadas pelo Brasil e sua orientação mercadológica, prática amplamente discutida especialmente nos últimos anos tendo em vista a aprovação do Marco Civil que regula as comunicações, especialmente no que toca à Internet. O mercado por sua vez, lendo as demandas sociais e valendo-se de sua grande capacidade de “[...] ser sensível às correspondências na ordem cultural cuja conjunção em um produto-símbolo possa significar sucesso mercantil.” (SAHLINS, 2003, p. 215) encontrará especialmente nas camadas populares excelente recepção à ampliação da oferta de TIC’s<sup>33</sup>. Além da experiência do “deixar-se afetar”

---

<sup>33</sup> A implantação da economia digital acontece na segunda metade PERSEGONA, Marcelo Alves. GAMA, Isabel Teresa. História da Internet: origens do e-gov no Brasil. Disponível em: <<http://ffb.virtual.ufc.br>>. Acesso em 13/02/2013., fornece um conjunto de referências que esclarecem em muitos aspectos a trajetória da implantação do setor no Brasil [...] nos anos 60 que efetivamente tanto o setor privado quanto o setor público brasileiro começam a investir em computadores. O governo brasileiro realiza suas primeiras iniciativas de modernização do Estado e o computador mostrava-se como uma ferramenta ideal a ser utilizada. Como resultado dessas iniciativas, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) adquiriu um computador UNIVAC 1105 (WILLRICH, 2004). É criado em 1964, o primeiro centro de processamento de dados públicos brasileiro, o Centro Eletrônico de Processamento de Dados do Estado do Paraná (CELEPAR). No mesmo ano, meses mais

(FAVRET-SAADA, 2005), do ver e ouvir (VELHO, 1998), as visitas e conversa feitas com os primeiros moradores da região, a maioria deles com mais de 30 anos, quando eu lhes indagava acerca da chegada da Internet à localidade, a remissão imediata aos mais jovens era feita. Em busca das conexões, o campo me levou à juventude. Eles constituem a maior parte dos consumidores de acesso à Internet na Grande Terra Vermelha.

Na primeira fase da pesquisa, a partir de entrevistas, entre 301 jovens abordados, 08% tinham entre 10 e 15 anos; 83% entre 15 e 18 anos; 24% entre 18 e 26 anos; 11% com mais de 30 anos. Na segunda fase, entre os 93 jovens entrevistados, 11% tinham entre 10 e 15 anos; 87% entre 15 e 18 anos; 02% entre 18 e 26 anos. Na terceira fase, passei a conversar com adolescentes e dentre os 153 jovens abordados, 80% tinham entre 10 e 15 anos; 20% entre 15 e 18 anos.

Considerando que a maior parte dos meus informantes em termos de faixa etária poderiam ser reconhecidos como jovens, ampliamos esta percepção a partir das reflexões de Dayrell (2004):

[...] Considero a categoria juventude não mais presa a critérios rígidos, mas sim como parte de um processo de crescimento mais totalizante, que ganha contornos específicos no conjunto das experiências vivenciadas pelos indivíduos no seu contexto social. Significa não entender a juventude como uma etapa com um fim predeterminado, muito menos como um momento de preparação que será superado quando entrar na vida adulta. A juventude constitui um momento determinado, mas que não se reduz a uma passagem, assumindo uma importância em si mesma como um momento de exercício de inserção social, no qual indivíduo vai se descobrindo e descortinando as possibilidades em todas as instâncias da vida social, desde a dimensão afetiva até a profissional. Esse processo é influenciado pelo meio social concreto no qual se desenvolve e pela qualidade das trocas que este proporciona, fazendo com que os jovens construam determinados modos de ser jovem. É nesse sentido que enfatizamos a noção de juventudes, no plural, para enfatizar a diversidade de *modos de ser jovem* existentes (DAYRELL, 2004, p. 04).

Esses jovens, por sua vez, possuem experiências de vida e constituem redes diversificadas e fragmentadas. A possibilidade de livre escolha e protagonismo em muitas dimensões da vida hoje é mais ampla que para gerações anteriores. Ainda que valorizem as experiências coletivas, podem também marcar posicionamento refratário à redução de seus atributos ao grupo. Buscam frequentemente participar de interações resguardando a sua individualidade, constantemente alterando padrões de identidade. (BARBOSA, VELLOZO, 2012). O consumo

de TIC's é um dos vários recursos usados pelos jovens para marcar a singularidade da sua experiência no mundo. O acesso à Internet aparece por sua vez como importante distintivo pessoal e ao mesmo tempo garantia de associações. A posse dos meios para a conexão, portanto, é imensamente valorizada. A maior parte dos entrevistados que está na faixa etária 15 e 18 anos e apenas 30% deles exerce algum tipo de atividade remunerada. Os mais jovens normalmente não possuem smartphone. A maioria deles coloca o desejo de ter como uma das prioridades de consumo, justamente pelo poder de conexão que isso representa.

A partir da intermediação de um amigo que atua em projetos de Economia Solidária, morador do Bairro Santa Paula, consegui o contato de agentes do Banco Terra. A partir daí, minha intenção era entender melhor os meios de conexões disponíveis na região, especialmente via rádio. Paralelamente ao contato com lideranças do Banco Terra, havia também estabelecido o contato com lideranças católicas. Fui convidada, como contrapartida à cessão de informações, a apresentar minha intenção de pesquisa e pontuar algumas reflexões também em torno do Tema Juventude e Internet em um curso paroquial preparatório para a Campanha da Fraternidade cujo Tema era Juventude (fevereiro de 2013). Na saída do evento, enquanto me dirigia à casa dos Irmãos Maristas por convite do Coordenador de Formação Irmão Rafael, encontramos lideranças no ponto de ônibus e, durante uma conversa muito animada, um coletivo pára antes do local de embarque e descem correndo desenfreadamente quatro ou cinco jovens enquanto outros ainda dentro do coletivo gritavam. Logo percebemos que se tratava de uma briga, entre as hipóteses levantadas pelas lideranças era a de roubo de celular. Entre tantos itens passíveis de furto, porque o celular ganhou destaque nas especulações? Essa foi uma indagação imediata internamente estabelecida por mim. Na fuga, um dos rapazes havia perdido uma parte do seu par de chinelos. A comoção das pessoas parecia estar dirigida mais à perda do bem que à integridade física do jovem.

*“Olha só, o chinelo bonzinho, novinho ficou pra trás, coitado”. (senhora do grupo que aguardava o transporte na parada de ônibus).*

“Bonzinho”, mais que o estado do material, representava valioso, porque era um chinelo “de marca”. E em relação ao celular não foi diferente:

*“Esses meninos fazem de tudo para ter celular”. (senhora do grupo que aguardava o transporte na parada de ônibus).*

Ou seja, outra controvérsia em torno da posse de TIC's na região foi a oportunidade de visualizar uma presença marcante no que toca ao acesso à Internet ali, a dos celulares. Naquele momento, certamente eu não tinha condições de atribuir como causa do evento demandas por conexão via Internet a partir de celulares, mas à medida que se adensava a etnografia, essa pista passava a fazer mais sentido.

O celular era um item especial na apresentação de si por naquele local. Um dos rapazes que sai correndo portava na mão um aparelho branco, daqueles grandes, daí a especulação em torno de furto do bem pelos que presenciavam. Os rapazes estavam de bermuda comprida de cós baixo, cordões grandes de prata e bonés. A indumentária com traços uniformizantes me chamou muito a atenção, remetendo imediatamente ao trabalho de Mizrahi (2007) quando descreve o vestuário de jovens de favelas do Rio de Janeiro e a complexidade semiótica que este carrega:

[...] Os rapazes, em sua grande maioria, vestem bermuda larga, em tassel ou microfibras, *t-shirt* de meia-malha de algodão e calçam tênis. Usam bonés ou deixam à mostra a cabeça adornada por cabelos curtos, descoloridos e recortados por motivos abstratos ou figurativos, feitos com lâmina de barbear. Este é o estilo tipicamente "funkeiro", e que bebe na indumentária dos surfistas (MIZRAHI, 2007, p.234).

Esse visual, no caso dos meninos de Terra Vermelha, guarda similaridades, mas, com o acréscimo de um adereço importante: o aparelho celular. Além dos celulares, os muitos rapazes usam tatuagens, brincos e piercing. Não necessariamente os jovens que se vestem dessa forma ali são apreciadores do estilo musical funk, mas andando pelos bairros, dentro do transporte coletivo, das *lan houses* e na escola, o estilo se faz notar entre os homens mais jovens.

Na primeira visita que fiz em uma das escolas da comunidade, enquanto aguardava o atendimento da pedagoga próximo à secretaria acompanhei outro episódio controverso. Como era o horário da entrada do turno vespertino, uma marcha de meninos com bermudas, chinelos/e ou tênis e cabelos estilizados, brincos, piercing. Como o uso do boné dentro da escola é proibido, esse acessório pouco aparecia, com exceção de uma longa discussão travada entre uma das secretárias da escola, a coordenadora de turno e a representante de pais com um dos alunos que implorava para que lhe devolvessem o celular e o boné retidos no dia anterior. Ele prometia que não usaria mais na escola e a secretária irredutível ressaltava a

recorrência da prática e que para castigo prenderia por uma semana. O estudante argumentou que havia “colocado créditos” no celular e estava sem Internet.

As andanças de caráter exploratório foram bastante produtivas e me ajudaram a estabelecer parâmetros para a investigação de caráter mais sistemático, como as entrevistas e os grupos focais que observaria posteriormente. Assim, independentemente de ter me valido de contatos com lideranças da Igreja Católica para a exploração do campo, já na pesquisa por meio do Google e do Facebook, identifiquei várias páginas, fóruns e sites de comunidades Pentecostais de Terra Vermelha e nas ruas, a forte presença de evangélicos. Nenhum informante se declarou seguidor de denominações religiosas afrobrasileiras, mas praticamente todos eles frequentam assiduamente comunidades religiosas cristãs. Naturalmente, a cada entrevista, a indicação de pares para futuras conversas tornou o caminho “pela fé” bastante produtivo. No que toca aos evangélicos, grande parte dos entrevistados era do sexo feminino. Esse grupo é marcado por um conjunto de *laços fortes*, a partir dos quais pessoas próximas constituem redes de sociabilidade que afirmam e retroalimentam o *ethos* do grupo (GRANOVETTER, 1983).

Em uma das minhas voltas pelo comércio, notei que num templo próxima a um mercado havia uma movimentação de mulheres de diferentes idades, certamente em alguma atividade da congregação. Elas vestiam saias abaixo dos joelhos, cabelos longos, geralmente presos. Carregavam pequenas sacolas de plástico, outras pequenas carteiras e todas portavam Bíblias. Uma delas falava em voz alta ao celular. Pelo que consegui ouvir, certificava a presença de uma pessoa, encaminhava algumas tarefas e ao ouvir possivelmente quem falava do outro lado da linha repetia: “Glória a Jesus!”.

Rakow e Navarro (1993, p. 145) indicam que, em certa medida, na Europa, é comum uso do aparelho celular pelas mulheres como instrumento para cuidar das redes de relacionamento com parentes e amigos. No caso específico da Noruega, Ling (2002) aponta este tipo de uso pelas norueguesas, cultural e historicamente consideradas as zeladoras das relações pessoais. A conversa ao telefone da fiel naquele momento sinalizava este tipo de experiência também em Terra Vermelha.

A mulher que conversava ao telefone era uma senhora de meia idade, aparentava ter entre 50 e 60 anos. Neste caso, a opção pelo uso da voz parece ser mais comum justamente nesta faixa

etária. Entre as entrevistadas, a conexão à Internet era mais recorrente entre as mais jovens. De qualquer forma, aparece mais uma vez os celulares e algum tipo de conexão presente no dia-a-dia desta rede.

Nos grupos focais que reuni tanto nas escolas quanto nas igrejas pentecostais, a maioria dos participantes era de jovens entre 15 e 30 anos. Numa intervenção na Escola Marista, uma jovem evangélica registrou:

*“É mais fácil eu esquecer a Bíblia que o celular quando vou para a Igreja.”*

Em outro grupo focal com evangélicos, antes de começar a falar de Internet propriamente, notei que todos manuseavam freneticamente os teclados de seus aparelhos celulares, daí perguntei quais as operações que mais exploravam no celular. Resposta unânime: acessar o Facebook.

*“Professora, até durante o culto as pessoas ficam no celular. O Pastor proíbe, mas outro dia, quando chamou a atenção de um garoto que ao invés de celular ele deveria levar a Bíblia para a Igreja, o menino disse que estava acompanhando a pregação com a Bíblia pelo celular.”*

Mesmo que sejam muitas as apreciações morais e negativas em relação à dependência dos jovens no que toca à Internet, o ciberespaço não é ignorado como campo para a evangelização. Neste sentido, a página do Facebook “IEQ - Igreja do Evangelho Quadrangular” tem a seguinte descrição: “Desde já esta página tem como objetivo, Anunciar eventos da igreja, Tirar dúvidas, falar sobre a palavra do Senhor. A Paz para todos”.

São várias as páginas de Igrejas Pentecostais da região no Facebook, assim como grupos onde os fiéis trocam informações, conversam. A maior parte desses grupos está na modalidade “fechado”, o que não me permitiu acessar mais informações. O que ilustra o que Ito (2004, p. 54) chama de *Tele-cocooning*, ou seja, “a produção de identidades em grupos sociais reduzidos e insulares, através das comunicações móveis”.

Na página da Igreja Batista Kairós, além de mensagens bíblicas, recomendações, avisos e divulgação de eventos, muitos membros postam imagens de atividades. Na imagem que

segue, me chamou a atenção, como embora aludido ao que se chama “cultura funk”, a indumentária dos rapazes segue o estilo descrito por anteriormente, o que indica os múltiplos agenciamentos desses sujeitos entre as diversas redes pelas quais circulam.

**Figura 14** – Momento de lazer dos jovens da Igreja Batista Kairós.



Extraída de: <<https://www.facebook.com/groups/460042024140347/?fref=ts>> . Acesso em 12/01/2014.

A presença em redes sociais ativa indica que o consumo de Internet é algo regular nestes grupos. Os próprios relatos dos entrevistados remetem inúmeras vezes ao uso do Youtube onde cultos, shows de música gospel e eventos diversos são acessados. Além de uma fonte pedagógica - afirmou uma fiel: “*Eu baixo músicas, busco os ensinamentos de cursos, acompanho a revista da Igreja*”. (jovem de 23 anos).

Em grupo de aproximadamente 15 jovens com idade entre 15 e 20 anos, na conversa sobre o acesso à Internet, foi relatado o caso de uma jovem da região que teve fotos de suas

experiências sexuais publicadas pelo parceiro na rede. Interessante foi notar que a avaliação moral não foi dirigida ao fato dela praticar sexo, ainda que fosse bastante jovem e sim, a “incompetência” dela em fazer o controle da audiência.

*“No outro dia, todo mundo na escola estava vendo a foto e ela nem sabia.”*

Embora o acesso às redes sociais seja vedado pela escola, sem precisar usar o laboratório de informática muitos alunos tiveram acesso à imagem durante o horário das aulas, um indício forte de que algum telemóvel com conexão à Internet circulava por ali, provavelmente, os celulares. Conclusão a que chegou o professor Wellington na aplicação de uma avaliação onde era permitido o uso de calculadoras, trinta segundos depois de impedir que um dos alunos se dirigisse a outra sala para reaver a máquina que havia emprestado a um colega, o próprio bate à porta para entregá-la.

*“Milagre? Telepatia?”. (Professor Wellington).*

Todas estas situações controversas que apresentei, envolveram jovens e a luta pela posse de dois bens de grande valor para eles: o aparelho celular e ainda que menos tangível, a conexão à Internet. As diferentes situações vividas em campo atestaram dia após dia que as TIC's são incorporadas no cotidiano desses jovens desde a indumentária às associações e conflitos diariamente por eles vividos.

Essas primeiras experiências em campo presencial foram determinantes para os encaminhamentos seguintes da pesquisa. Num primeiro momento, sem estabelecer recortes, permissiva, fui experimentando a vida na comunidade, ora acompanhando a partir de redes sociais na própria Internet, ora presencialmente, circulando pelas ruas, comércio, escolas, algumas conversas com moradores mais antigos e lideranças da comunidade. Mantive contato com redes distintas concomitantemente. Mas, a certa altura, senti necessidade de demarcar algumas delas, ainda que em termos heurísticos, para organizar minimamente as informações do meu caderno de campo. E identifiquei/nominei para o meu entendimento as redes a partir das quais construí o banco de dados dessa pesquisa. O acesso a esses segmentos da comunidade foi sinalizado pelos próprios nativos que, em a cada situação ou conversa revelavam percursos, circuitos e interfaces entre identidades no interior daquela verdadeira e complexa Cidade. O cruzamento de tantas esferas de ação me levou a entender que o que

torna a produção, circulação e troca do complexo bem de consumo Acesso à Internet possível é a movimentação de uma densa Rede Sociotécnica por meio da qual todos os elementos mencionados e muitos outros a serem identificados ao longo da pesquisa, agem concomitantemente e em direções e velocidades cambiantes. A rede sociotécnica se desenvolve por meio de fluxos diferenciados, que no caso Terra Vermelha, poderíamos denominar redes-satélites (que gravitam em torno do acesso à Internet), constituídas por associações diversas, Atores e Agências, motivadas por interesses específicos. São elas: a comunidade escolar, as comunidades religiosas, o conjunto de organizações não-governamentais, núcleos familiares e relações de parentesco, os prestadores de serviços de conexão (técnicos, comerciantes, operadoras de telefonia e TV a cabo), Agências do Estado (especialmente os programas de inclusão digital a partir de monitores, assistentes sociais e coordenadores de telecentros), produtores culturais (música, vídeo, teatro, artesanato) e uma rede complexa que atravessa todas as outras que são os perfis de moradores no Facebook.

Mello, Santos e Vogel (1985; p. 13), a saber, a convivência de dois regimes espaciais distintos em nossas cidades: o construído, fechado, em maior ou menor grau, privatizado (ex.: casas, lojas, fábricas, oficinas, escolas, bares), e o aberto e de uso coletivo (ruas, becos, largos, praças, jardins públicos, praias). Para os autores, são estes dois polos que servem para armar as representações do urbano, e onde se estabelecem relações de apropriação diferencial. Jogos, reuniões, festas, encontros, cerimônias e atividades assemelhadas que se oponham às ideias de privacidade e intimidade, encontram na rua o seu lugar ideal (Mello, Santos e Vogel apud Torquato, 2013, p 44).

Obviamente, não são as únicas ou as mais importantes expressões identitárias do grupo e certamente o estudo dos usos e contra-usos da Internet como um bem de consumo é desafiador neste território, precisei ir além da percepção de tipos de associação que permeiam a construção do acesso ao Ciberespaço, procurei também, o acompanhamento das configurações e reconfigurações permanentes que são produzidas neste tecido caleidoscópico, assim como a identificação dos repertórios de ação que existem e seus processos de constituição, apropriações e traduções que os atores em cena desenvolviam.

E foi em uma das conversas, quanto ao aparelho celular dos sonhos que ouvi: “*Eu quero qualquer que tenha Internet*” afirmação de uma jovem de 12 anos. Sendo os aparelhos celulares a forma preferencial e mais comum de acesso à Internet, torna o bem valorizado que passa a constar da lista de aparelhos domésticos que precisam ser garantidos numa casa. As famílias normalmente estabelecem critérios diferentes de distribuição e circulação dos aparelhos e com isso a possibilidade de conexão. Em muitos casos, os celulares mais antigos

vão passando para os mais jovens, enquanto o mais velho ou o economicamente ativo adquire um modelo mais atualizado. Os critérios senioridade e proatividade aquisitiva se misturam nessa economia doméstica. *“Minha mãe disse que vai me dar o dela no Natal.”* Sinalizou um usuário de 11 anos que já dispunha de um celular que não era smartphone. A lógica do mérito parece poder ser aplicada quando o membro é considerado ativo na geração de renda da família. Por outro lado, não raras vezes encontrei pais que compraram o smartphone para o filho uma vez que não sentem necessidade de usar a Internet. *“Ah, esse negócio de Internet é muito complicado, os meninos que sabem mexer. Quando preciso mando eles olharem pra mim.”* Informou uma mãe de aproximadamente 40 anos. Outra prática bastante comum também é o retardamento da concessão do smartphone aos filhos mais novos por acharem muito imaturos. Também há o apelo afetivo e relacional:

*“Acabei comprando porque os primos já têm e ele fica se sentindo por fora, daí chora...”*  
(Mãe de 35 anos).

Muitos pais também condicionam a dádiva do smartphone ao desempenho escolar e ao “bom comportamento”, neste tipo de moralização do dom, é possível identificar a operação tanto da lógica da pessoa como a do indivíduo na atribuição do mérito como a Barbosa (1999) observou nas relações de trabalho e promoção em organizações brasileiras, apoiada em DaMatta (1979) e a noção dialética entre Pessoa e Indivíduo no Brasil.

Como 30% dos informantes desempenham algum tipo de atividade remunerada, acabam comprando com seus próprios recursos, o que amplia um pouco mais o repertório de escolhas que, quando ciceroneada pelos pais, pode se restringir por vários motivos. Por sua vez, esses passam os aparelhos antigos aos irmãos, parentes ou amigos mais jovens.

A conexão é um bem que circula no âmbito do parentesco como dádiva, seja a partir do movimento dos smartphones, seja pelo compartilhamento de bases de acesso como PC de mesa, notebook e tablet. Nos três últimos casos relatados, os limites de acesso à Internet podem ser maiores, uma vez que muitas pessoas usam uma mesma base para a conexão, assim, o tempo minora, o controle da frequência e do conteúdo explorado torna-se mais evidente. Isso demanda novos parâmetros de gestão da vida doméstica, tantos os jovens usuários quanto os pais mencionam frequentemente a disputa pelo uso da base de acesso, conflitos na atribuição de responsabilidades em torno da manutenção do equipamento, da

paridade no tempo de uso. Este tipo de prática é comum em diferentes sociedades como atestou (SILVA, 2010) em sua pesquisa no sul do Brasil,

[...] há que mencionar um outro exemplo da relação entre consumo e ritos de passagem: recente pesquisa feita na Inglaterra, por exemplo, dá conta de que possuir um telefone celular passa a marcar a passagem para a vida adulta, da mesma forma que ocorria, no passado, com o ato de começar a fumar cigarros (MARKMAN, 2006). Nesse registro, Caron e Caronia (2007), em seu estudo sobre o papel dos telefones celulares na cultura adolescente no Canadá, argumentam que a posse de telefones celulares, entre outros atos de consumo, funciona como rito de passagem do adolescente para a vida adulta, na medida em que os telefones celulares tendem a libertar o corpo juvenil da vigilância dos pais, marcando assim o fim da infância, que tem como característica o controle parental do corpo infantil (SILVA, 2010, p. 15).

Uma economia doméstica permeada pelas TIC's é marcada por um sistema de trocas e circulação dos bens (base de acesso, conexão e todos os demais recursos compartilhados) extremamente complexo, cambiante muito pouco passível de mensuração, onde faixa etária, proatividade aquisitiva /produtiva, oferta e demanda de recursos, tradições e afetos se amalgamam.

Nas Ilhas Trobriand os bens mais antigos carregam mais valor, na lógica moderna a novidade é que conferirá o peso e importância dos bens. (MALINOWSKY, 1976). A conexão neste caso acaba na classificação dos bens, tornando a base de acesso um bem acessório (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2006), de forma que computadores, tablets, notebook e celulares são adquiridos obviamente por um conjunto de tarefas e funções que executam, mas a conexão emerge como sua função mais valiosa.

A compreensão da juventude como experiência plural nos ajuda a perceber modos de apropriação diferenciados da conexão e seus suportes de forma que a variável gênero pode auxiliar algumas reflexões sobre o consumo do acesso à Internet. Do ponto de vista do Gênero, os entrevistados se dividem em:

Tabela 1 – Distribuição dos entrevistados por gênero.

Gênero	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
Masculino	47%	44%	46%
Feminino	53%	52%	53%
Outros	0%	04%	01%

Fonte: Dados da pesquisa.

A conexão é uma experiência que pode ser verificada entre os diferentes gêneros, Embora guardem formas de navegação distintas, a maior parte dos informantes sinaliza o Facebook como a plataforma preferencial para a exploração. Os rapazes investem tempo também na conexão para games, seja pelo celular, seja pelo PC de mesa. Observei a presença masculina nas *lan houses* da região que hoje estão mais focadas na oferta de jogos e acabam se tornando um *pedaço* (MAGNANI, 1996) de forte expressão da sociabilidade masculina. Sentados nas calçadas, em bicicletas, outros dentro da lanhouse eles interagem. As experiências de casa de jogos digitais são bastante interessantes quando são avaliadas do ponto de vista das associações. Elas se dão tanto no plano on como no offline. Há uma atmosfera compartilhada do jogo. Ainda que poucos estejam competindo, de certa forma, todos participam. Nessa disputa densa, formas de distinção e hierarquização são estabelecidas e evidenciadas, num processo rico de negociação da identidade entre homens, no exercício de um tipo de reflexividade bastante particular e complexo.

Na escola Marista, durante o intervalo conversando com os alunos, F.S. (16 anos) sinalizou enfaticamente: *“ficar colocando foto na tela de proteção do celular é maior palha, coisa de frutinha.”* Por sua vez, noutra conversa, essa via Facebook com TS (24 anos) que se declara abertamente homossexual, a apreciação é outra: *“Esses moleque enche o celular de funk e ficam colocando na maior altura dentro ônibus, coisa de guri que pega baranga cafona, tudo piriguete”* (T.S., 24 anos). Uma parte significativa dos informantes sinalizou de forma objetiva e sem rodeios, a condição homossexual. A Internet para estes, revela-se como poderoso universo para composição de experiências, como disse LG (22 anos):

*“Olha, pra você saber se o boy magia é do babado é só ver as fotos dele, os filmes e música que ele gosta ;- ) sempre tem foto sem camisa, se ele curte Glee pode saber que é”* (L.G., 22 anos).

A paquera é potencializada a partir de sinais que estes apontaram como indicativos de possibilidades de encontro: a foto sem camisa no espelho, no caso dos rapazes, as preferências musicais. Embora todos os gêneros façam investimentos sexuais na rede, os homossexuais foram os mais objetivos e diretos na expressão dessa prática. Os próprios recursos de

invisibilidade e privacidade que algumas plataformas oferecem, permite que se desenvolva toda uma rede mais profunda de encontros e trocas que não é visível ao observador comum. Com todos os constrangimentos que os homossexuais precisam lidar numa sociedade machista, a construção de caminhos alternativos para o encontro é bastante complexa. Uma logística criativa subjaz à invisibilidade aparente. As falas dos informantes nesse sentido são ricas e certamente constituem referências interessantes para a discussão em torno da negociação da subjetividade a partir das conexões.

Entre as mulheres a ênfase dada à conexão como caminho para a produção e a reprodução de fofocas é notória. Julgamentos sobre fotografias, relatos pessoais, “falsidade”, disputas por namorados, exposição de figurino e bens de consumo em geral estão constantemente na pauta. *“Adiciona o namorado da gente e não me fala cumigo to deolho periguqte” (F.S., 16 anos).*

Esse tipo de narrativa do cotidiano nas redes sociais renova as possibilidades de apreciação e crítica diversas. Não são raras as desavenças relatadas. A “Indireta” é uma prática muito comentada pelos informantes. Assim como os fakes avaliados por Silva (2012) nas lutas políticas no Twitter, a indireta aparece como um elemento produtivo do ponto das interações femininas. Elas cumprem função similar aos oráculos xamânicos nas comunidades tradicionais, no sentido de apreciação moral da conduta de certos membros do grupo. Caso paradigmático é o de um relato, sempre na terceira pessoa, que um jovem fez, indicando que uma conhecida tinha “ido para a cama” com o namorado de sua própria amiga e, uma vez descoberto o fato, a “vítima” da traição postava frases de efeito, textos bíblicos e todo o tipo de link que aludia à traição, estabelecendo juízos morais em torno das noções de honestidade e boa conduta. A solidariedade de boa parte da rede de amigos por meio de comentários aos posts ajuda a constituir um cenário de julgamento público sem citação de nomes. Assim, vemos mais uma vez o *controle da audiência* (BOYD, MARWICK, 2011) como elemento muito forte nas experiências de conexão femininas. Essa possibilidade de gerenciar a própria imagem torna a conexão como “bem” de consumo algo imprescindível e valioso para a demarcação de posições na vida do grupo.

Mas, de uma forma geral, como avaliam Nordli e Sorensen (2003, p. 19) “O telemóvel tem uso ‘transgênero’ porque move muitos simbolismos e co-construções flexíveis sem que um gênero não necessariamente domine mais ou menos”. O padrão de escolha da forma como será feita a conexão acaba sendo algo compartilhado pelos gêneros em função das

possibilidades colocadas na região em que vivem. Como em GTV, a máfia dos técnicos é forte, os celulares são os suportes mais usados, seguidos do PC de mesa.

Tabela 2 – Base de acesso.

Base de Acesso	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
Computador em casa e celular	40%	44%	52%
Notebook	16%	20%	18%
Telecentro/Serviço Público Gratuito	0%	01%	021%
Lanhouse	04%	03%	01%
Celular	35%	27%	23%
Tablet	01%	01%	03%
Outros	03%	03%	03%

Fonte: Dados da pesquisa.

A conexão a partir de celulares aparece como a forma mais usada pelos entrevistados. São várias as justificativas dadas por eles para tal preferência, mas três delas são unanimidade: o custo relativamente mais baixo do acesso, a garantia da privacidade mínima, uma vez que embora os celulares com conexão possam circular entre membros de uma mesma família, as possibilidades de controle de conteúdo, tempo de acesso externas são bem menores que em outros suportes. A autonomia também aparece como valor importante que o acesso pelo celular permite. Em função de sua portabilidade, é possível estar conectado praticamente em todos os ambientes em que se circula sem a dependência de cabos, fios e afins. Ainda que o recarregamento de baterias torne-se um empecilho em alguns ambientes, ainda assim é visto como mais vantajoso poder acessar a Internet de qualquer lugar, ainda que por menos tempo. Como os custos monetários e sociais para a conexão a partir de base fixa, todas as negociações com técnicos, os contratempos das linhas compartilhadas, ainda que o serviço de acesso por telefonia celular seja precário, emerge como a forma mais eficiente para maioria.

A conexão por cabos impõe uma série de desafios e demandas para a rotina familiar. A primeira delas é a administração de mais um custo fixo mensal que, por mais leve que seja do ponto de vista do orçamento, ainda é pensado como supérfluo ou consumo de luxo. Muitas famílias no processo de ampliação da malha de telefonia no ES e na região de TV aderiram ao serviço. Entretanto, meses depois acumulavam contas em atraso e de valores expressivos. Numa comunidade marcada pela presença de migrantes de outras regiões do país, o investimento na manutenção dos laços de parentesco e amizade à distância, somada a uma ampla demanda reprimida de conexão (considerando que historicamente os segmentos populares não podiam dispor de serviço telefônico doméstico em função dos altos custos) culturalmente constrói-se toda uma expectativa em torno dessa experiência que, naturalmente gera custos, mas como toda experiência estética e afetiva, tais gastos são pouco mensuráveis e as altas taxas não demoraram a pesar no bolso e há necessidade de planejamento doméstico de médio e longo prazo para a manutenção do serviço, caso contrário têm dificuldades de manterem válidas suas assinaturas.

A posse do telefone, assim como a conexão via cabo também tem como um dos pré-requisitos o crédito positivo ou o “nome limpo” na praça. O que é um desafio ao consumidor assalariado. Assim, os celulares terão ampla penetração nesses grupos, não só no Brasil, especialmente o serviço na modalidade pré-paga uma vez que,

São adequados para o ambiente por diversas razões, que incluem os baixos níveis dos rendimentos, a incapacidade de atender às regras de crédito bancário e a dificuldade de manter registros pelas operadoras para fazer a faturação (CASTELLS, p. 79, 2009).

Boa parte dos moradores usufrui de renda mensal em torno de um a dois salários mínimos, em muitos casos somados a benefícios como os auxílios Bolsa-Família e Bolsa-Escola. que não alteram significativamente o orçamento se levamos em conta unidades familiares numerosas. Mas ainda assim a conexão faz parte da vida doméstica, pelo menos um aparelho celular existe na casa, sendo um item da planilha de custo fixo mensal.

Para estes moradores a Internet, diferentemente da água e a energia elétrica, não é enunciado como prioridade quando eu indagava sobre as despesas domésticas. O fato de o consumo do acesso ser feito por celulares parece diluir o custo que é visto como obrigação e escolha individual. Isso exigiu que eu passasse a indagar acerca do custo pessoal que tinham

semanalmente com a conexão, o que me revelou que um percentual bastante significativo da renda familiar é despendido para mantê-la.

Mais que um custo individual para o morador, a conexão desde sempre é pensada como bem a ser comprado. O fato do acesso à Internet efetivamente ter chegado à comunidade nos anos 90 pelas mãos das concessionárias de telefonia privadas, indica que a relação primeira com a conexão é a de consumidor, assim, praticamente não se atribuem críticas ao governo ou ao Estado pela precariedade do serviço e sim às empresas que não proporcionam adequadamente o serviço que foi comprado. Esta condição não foi construída idiossincriticamente apenas na GTV. É algo comum em outras regiões do país e está diretamente relacionada à opção de gestão das comunicações feita pelo Brasil que passarei a discutir na sequência.

### **3.4 A história das conexões em Terra Vermelha pensada a partir do modelo de Gestão da Internet brasileira**

A orientação mercadológica na gestão da comunicação mediada pela Internet clara hoje no Brasil foi gestada processualmente. A princípio, os esforços do governo brasileiro mais que voltados para a garantia da qualidade dos serviços do ponto de vista técnico estavam orientados pela regulamentação do setor, apostando na expectativa de que a definição das normas que o regulamentariam facilitasse o resto do processo<sup>34</sup>. Regular e ampliar o acesso tornam-se prerrogativas governamentais<sup>35</sup>, esta ampliação por sua vez não tardará a ser encargo do setor privado<sup>36</sup>.

---

<sup>34</sup> Em 1965, o Brasil associa-se ao International Telecommunications Satellite Organization (INTELSAT) e cria o Ministério das Comunicações (MC). O MC cria a Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL), como um instrumento do Estado para intervir diretamente no setor das telecomunicações, detendo, então, o monopólio das telecomunicações e da transmissão de dados. Conferir em: FILHO, José Eduardo Pereira, 2002. A EMBRATEL: da era da intervenção ao tempo da competição. O primeiro movimento no sentido de ampliar o uso da tecnologia digital no país acontece no próprio interior da administração pública como forma de tornar mais efetivamente racional a própria burocracia. Os primeiros conselhos estaduais de informática serão formados nos anos 70 e por meio deles, serão feitas as primeiras ações no sentido de democratizar e ampliar o uso da informática na própria administração pública. Conferir em: CHAHIN, CHAHIN, Ali “et al”, 2004. e-gov.br: A próxima revolução brasileira. Prentice Hall. São Paulo, 2004.

<sup>35</sup> A Empresa de Telecomunicações Brasileiras (TELEBRAS) é então criada. A partir da instalação da Comissão de Coordenação das Atividades de Processamento Eletrônico (CAPRE), começa a ser pensada a política governamental de desenvolvimento do setor objetivando o alcance da autonomia tecnológica brasileira. Conferir em: MICHELAZZO, Paulino, 2004. SL não é reserva de mercado. Revista do Linux. <<http://www.revistadolinux.com.br/ed/043/assinantes/filosofia.php3>>. Acesso em: 19 fev 2004.

<sup>36</sup> O desenvolvimento de uma rede nacional de transmissão de dados é feito pela A implantação da economia digital acontece na segunda metade do século XX,

---

PERSEGONA, Marcelo Alves. GAMA, Isabel Teresa. Historia da Internet: origens do e-gov no Brasil. Disponível em: <<http://ffb.virtual.ufc.br>>. Acesso: 13/02/2013. Acesso em 23/04/2013. nos fornecem um conjunto de referências que esclarecem em muitos aspectos a trajetória da implantação do setor no Brasil. EMBRATEL em meados dos anos 70. Foram criadas na década de 80 as redes de Serviço Digital de Transmissão de Dados via terrestre (TRANSDATA), o Serviço Internacional de Comunicação de Dados Aeroviários (AIRDATA), as Comunicações Marítimas via Satélite (INMARSAT), o Serviço Internacional de Comunicação de Dados (INTERDATA) e o Serviço Internacional de Acesso a Informações Financeiras (FINDATA). Em 1972, o primeiro computador brasileiro chamado de “Patinho Feio” é desenvolvido pela Universidade Federal de São Paulo (USP). Por sua vez, neste momento, ainda que pela tutela do Estado, a tecnologia digital no Brasil já começa a ser pensada como política de mercado com a abertura da primeira empresa brasileira de fabricação de computadores em 1974, um o grupo de empresas do Banco do Brasil, a Computadores Brasileiros S.A. MICHELAZZO, Paulino, 2004. SL não é reserva de mercado. Revista do Linux. <<http://www.revistadolinux.com.br/ed/043/assinantes/filosofia.php3>>. Acesso em: 19 fev 2004). Em 1984, foi promulgada a Política Brasileira de Informática. O Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) é criado em 1985. Neste mesmo ano, a Embratel cria a Rede Nacional de Pacotes (RENPAAC). Esta foi a primeira rede pública brasileira de transmissão de dados para atender os usuários particulares.

A chegada da Internet efetivamente em terras brasileiras de uma forma mais ampla inicialmente se faz a partir de investimentos do Estado e, sobretudo, a partir da ação de instituições de pesquisa, de certa forma, reproduzindo a própria orientação que teve nos Estados Unidos da América (EUA) onde é criada e em outros países onde foi implantada<sup>37</sup>.

A Sociedade dos Usuários de Informática e Telecomunicações (SUCESU), em uma feira, na virada da década 80 estabeleceu as condições para a criação da Rede Nacional de Pesquisa (RNP) pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). O MCT cria a RNP e, 1989 como uma das primeiras iniciativas para efetivar a implantação da Internet no Brasil<sup>38</sup>.

---

<sup>37</sup> Em 1984, foi promulgada a Política Brasileira de Informática. O Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) é criado em 1985. Neste mesmo ano, a Embratel cria a Rede Nacional de Pacotes14 (RENPAc). Esta foi a primeira rede pública brasileira de transmissão de dados para atender os usuários particulares. Desde sua criação, a RENPAc passou por dificuldades, para amenizá-las, os dirigentes da Embratel, paralelamente à sua implantação, decidiram criar um serviço de oferta de informações que contribuiria para sua viabilização. (Persegona e Alves Disponível em: [http://ffb.virtual.ufc.br/solar/arquivos/curso/367/historia\\_da\\_internet.pdf](http://ffb.virtual.ufc.br/solar/arquivos/curso/367/historia_da_internet.pdf) Acesso em 112/11/2013) . Em 1988 é estabelecida a primeira conexão internacional brasileira à BITNET pela Fundo de Assistência à Pesquisa de São Paulo (FAPESP) entre o Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) com Universidade de Maryland, nos EUA Universo Online (UOL, 2004). Na sequência, sessenta dias depois acontece a segunda conexão internacional entre a FAPESP e o FERMILAB. Em 1989, a UFRJ e conecta-se à Universidade da Califórnia (UCLA) em Los Angeles - EUA. Depois a Rede Rio ao Centro de Supercomputação de São Diego (CERFnet), na Califórnia - EUA, onde via EMBRATEL era possível a conexão à NSFNET. A princípio conectividade Internet Protocol (IP)17 era possível para algumas instituições nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Minas Gerais, nota-se que feita a partir de linhas privativas, através da RENPAc com velocidade ilimitada, entre 2400 e 9600 bps Conferir em: BENAKOUCHE, Tâmara, Redes técnicas/sociais: a pré-história da Internet no Brasil. Disponível em: <<http://ime.usp.br/~is/infousp/tmara.htm>> Acesso em: 15/02/2014.

<sup>38</sup> Alguns estudiosos indicam que, em 1992, foi instituído, no Brasil, o Sistema Integrado de Comércio Exterior (SISCOMEX) para o registro e o acompanhamento e controle das etapas das operações de exportação. As operações passaram a ser registradas via sistema e analisadas on-line pelos órgãos que atuam no comércio exterior. Esse sistema pode ser considerado um dos primeiros serviços do Governo Eletrônico Brasileiro (MDIC, 2004). A abertura da Internet comercial no Brasil teve início no final de 1994 e, em 1995, os provedores de acesso comerciais à Internet começam a operar. Neste mesmo ano, foi criado o Comitê Gestor da Internet no Brasil para fomentar o desenvolvimento dos serviços de Internet, recomendar padrões, procedimentos técnicos e operacionais, coordenar a atribuição de endereços de Internet, o registro de nomes de domínios e a interconexão do backbones brasileiros com os do exterior (Comitê Gestor da Internet - CGI-b, 2004). O Governo Federal brasileiro cria, em 1994, o Sistema Administração dos Recursos de Informação e Informática com a finalidade de realizar o planejamento, a coordenação, a organização, a operação, o controle e a supervisão dos recursos de informação e de informática para o governo. Em 1995, foi lançado o Plano Diretor de Reforma do Estado pela Câmara de Reforma do Estado da Presidência da República do Brasil. Esse programa possuía três projetos que merecem destaque: Projeto Cidadão, Rede do Governo e Sistema de Gestão Pública. O Projeto Cidadão teve como objetivo aperfeiçoar as relações entre o governo e os cidadãos, para simplificar as obrigações de natureza burocrática instituídas pelo Estado. A Rede do Governo também visou a criação de uma moderna rede de comunicação de dados que interligaria de forma segura e ágil o governo, permitindo o compartilhamento de informações contidas em bancos de dados governamentais, bem como a implantação de um canal de comunicação entre Governo e Cidadão (G2C), Governo e Governo (G2G) e Governo e Empresas (G2B).

Na última década do século XX que efetivamente se consolida o projeto de ampliação dos serviços a partir da entrada ostensiva das teles privadas<sup>39</sup>. A expansão do serviço de telefonia ao qual o de Internet sempre esteve ligado, neste período, sintonizava-se com a política de privatizações do setor implantada durante o governo Fernando Henrique Cardoso. Com as privatizações, grande movimentação no mercado de TIC's será verificada com a popularização das telefonias residencial e móvel. Assistiremos ao longo da primeira década dos anos 2000 um tipo de inclusão digital bem específico, em que as agências governamentais desempenharão um papel residual, tendo em vista que será a partir da condição de consumidor que, com diferentes recursos, os brasileiros promoverão seu acesso ao Ciberespaço.

[...] O fato é que, enquanto os contratos de concessão de telefonia exigem a extensão do acesso a regiões e camadas sociais menos favorecidas sem a necessidade de subsídios do governo, a conectividade via satélite é considerada como sistema de transmissão de dados com valor agregado, ou seja, as operadoras de serviços via satélite não estão sujeitas a regras de acesso universal (e não se interessam pelo tema), podendo, portanto, oferecer seu serviço onde quiserem, isto é, onde ganhem mais (AFONSO, 2002, p.172).

A opção brasileira pela privatização sob a condição de quase que completa autonomia para as concessionárias tem um rumo diferente de muitos países da América Latina, como o Peru, por exemplo, que investiu maciçamente na implantação de cibercafés, telecentros e cabines públicas de acesso gratuito à Internet e protagonizou um grande salto no início dos anos 2000

---

<sup>39</sup> Na década de 90 a Rede do Governo foi instituída e servirá de base para os primeiros passos para a constituição da Governança Eletrônica no Brasil. O uso da Internet passa ser o canal preferencial do governo para a publicidade das informações e divulgação dos dados oficiais públicos. O Sistema de Gestão Pública tinha como objetivo permitir a transparência na implantação das diversas ações de governo, possibilitando seu acompanhamento e sua avaliação pela sociedade. Conferir em: CARDOSO, Fernando Henrique, 1995. Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado. Presidência da República, Câmara da Reforma do Estado, Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado, Brasília. CGI-a, Comitê Gestor da Internet do Brasil, 2004. Sobre o Comitê Gestor: História. Disponível em: <<http://www.cg.org.br/sobrecg/historia.html>>. Acesso em: 15 fev 2004. Nos anos 90 tanto no Brasil como em outros países avança bastante a discussão em torno da oferta, manuseio e regulação da Internet. A própria natureza desta TIC cria espaço para o envolvimento ainda que indireto de um número maior de pessoas e varas frentes de trabalho neste sentido são abertas. Em 1997, o Brasil instituiu um Grupo de Trabalho sobre a Sociedade da Informação para estudar os aspectos para o desenvolvimento do projeto brasileiro para a Sociedade da Informação e estabelecer uma nova geração de redes de Internet, com benefícios estendidos a toda a sociedade, construir um projeto nacional para articular e coordenar o desenvolvimento da utilização de serviços avançados de computação, comunicação e informação. O MCT e o CNPq retomam o programa, em 1998, e iniciam o processo para que fosse instituído dentro do Governo Federal. Ele estava estruturado em sete grandes linhas de ação: mercado, trabalho e oportunidades; universalização de serviços para a cidadania; educação na sociedade da informação; conteúdos e identidade cultural; governo ao alcance de todos; pesquisa e desenvolvimento, tecnologias-chave e aplicações; e infraestrutura avançada e novos serviços. Como resultado deste programa foi publicado o "Livro Verde" no ano de 2000 (Sociedade da Informação - SOCINFO, 2004). Ainda em 1997, a Receita Federal brasileira passa a aceitar a Declaração do Imposto de Renda de Pessoa Física e Jurídica via Internet, e mais de 700.000 usuários utilizaram esse novo serviço naquele ano. A Embratel começou prestar serviços Internet apenas no ano de 1999. O Programa Brasil Transparente, lançado em agosto de 2000, foi o predecessor do Programa de Governo.

com a ampliação das taxas de acesso em todo o território<sup>40</sup>. O Brasil, embora disponha de infraestrutura para expansão, o faz a partir da ação das Teles conforme seus próprios critérios. Neste sentido, ficam bastante explícitas as bases a partir das quais os “Técnicos” das operadoras que levam serviços à região de Terra Vermelha gozem de tanto poder. Embora haja condições técnicas para a instalação do ponto de conexão, esse serviço será rifado e concedido a quem puder pagar mais.

O governo brasileiro parece que transfere para a iniciativa privada o encargo da universalização do acesso, uma vez que o acordo de concessão implica a completa cobertura do serviço em território nacional sem recursos governamentais. Uma vez que o FUST não subsidia ações efetivas para a inclusão, fica quase que completamente nas mãos das empresas essa tarefa. O limitado número de espaços de acesso gratuito em Terra Vermelha é reflexo desta opção de negócios que o Brasil fez. De início, os Telecentros representavam para a comunidade os únicos espaços de inclusão digital, embora precários. Mas os relatos dos instrutores destes programas revelam toda a sorte de dificuldades enfrentadas para o seu gerenciamento diante da grande demanda de registros, a manutenção de equipamentos, regulação do tempo de uso, idade e, sobretudo, do tipo de conteúdo a ser acessado são reflexo de uma política de inclusão deficitária. Com o boom de serviços oferecidos pelas concessionárias privadas, os moradores não medirão esforços para contratá-los para a garantia do acesso com mais qualidade e estabilidade do sinal e sem os constrangimentos impostos pelas regras de navegação ao ciberespaço impostas pelos centros públicos.

Tomando como fio condutor as dimensões institucionais na implantação da Internet no Brasil, não é difícil compreender a dinâmica local. Todo um conjunto de condições de acesso verificadas hoje em Terra Vermelha tem relação direta com a política de gerenciamento do setor adotada pelo Brasil que orientará a chegada e consolidação do serviço no ES. Uma relação híbrida entre Estado e Mercado marca a chegada da Internet em terras capixabas. Na sequência, procuraremos discutí-la.

---

<sup>40</sup> O caminho tomado pelo Peru de alguma seria a proposta inicial colocada com a aprovação da criação do Fundo para a Universalização dos Serviços de Telecomunicação (FUST) em 2001. Este Fundo serviria para o investimento na implantação numa ampla e densa rede de pontos de acesso universal à Internet em todas regiões do país. Fruto de uma proposta da bancada petista no Congresso Nacional antes do início das privatizações, implementada após as mesmas e passará a cumprir função diferenciada da original. Conferir em: AFONSO, C. Internet no Brasil: o acesso para todos é possível? In Policy Paper. n. 26, set, 2000. Disponível em: <<http://www.fes.org.br>>. Acesso em 13/02/2013.

## 2.5 A Internet em terras de Santo Espírito

O ES é um dos menores estados em extensão territorial na federação, é possível atravessá-lo de norte a sul com quatro horas de viagem de carro. Os mineiros alcançam o mar com duas horas e meia de viagem partindo da fronteira com o estado capixaba. Não é por acaso que na prestação de serviços de telefonia, TV a cabo e Internet tem no ES um dos primeiros Estados onde em pouco tempo alcança cobertura quase que universal.

Desde os anos 90, a ilha de Vitória tem se destacado em pesquisas que avaliam índices de qualidade de vida, sempre aparecendo entre as quatro primeiras capitais em diferentes rankings, normalmente alternando posições com as capitais do sul do Brasil, Curitiba, Florianópolis e Porto Alegre.

[...] Vitória é, sem dúvida, uma das melhores cidades brasileiras para se viver. De acordo com o relatório da Organização das Nações Unidas (ONU) de 2000, é a 3ª capital brasileira em qualidade de vida: o município possui uma taxa de frequência escolar de 93%, taxa de alfabetização de 95% e uma expectativa de vida de 70,74 anos. Outro destaque é que a Capital foi indicada no estudo "Atlas da Exclusão Social no Brasil", realizado em 2000 por pesquisadores da Universidade de São Paulo (USP), Universidade de Campinas (UNICAMP) e Pontifícia Universidade Católica (PUC), como a oitava cidade com menor grau de exclusão social do país.<sup>41</sup>

Embora o ES na região Sudeste brasileira ocupe papel residual, dada a magnitude da expressão dos outros estados como Rio de Janeiro (RJ), Minas Gerais (MG) e São Paulo (SP) tem atraído profissionais de outras localidades desde sempre, mais recentemente aqueles com maiores níveis de qualificação,

[...] Considerando o nível de emprego, renda e indicadores de saúde e educação, Curitiba é a capital mais desenvolvida do Brasil. É o que está em ranking da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro divulgado hoje. São Paulo, Vitória, Belo Horizonte e Florianópolis completam o Top 5 do Índice da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN) de Desenvolvimento Municipal (IFDM), que congrega os dados oficiais do governo federal para elaborar o nível de desenvolvimento de cada município do país em 2010. (PRATES, 2012).<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> ANUÁRIO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO BÁSICA 2012. [da] Editora Moderna, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.moderna.com.br/lumis/portal/>>. Acesso 03/12/2013.

<sup>42</sup> PRATES, Marco. Curitiba é a capital mais desenvolvida do Brasil; SP é segunda. Revista Exame. São Paulo, Dezembro de 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/curitiba-e-a-capital-mais-desenvolvida-do-pais-veja-lista>> Acesso em 02/12/2013.

Em relação às demais da Região Metropolitana, Vitória dispõe de uma receita bastante alta, que permite investimentos efetivos em demandas de serviços fundamentais, o que se soma às dimensões territoriais do município e a densidade demográfica diminuta. A percepção dos próprios moradores sinaliza esta realidade,

[...] Pesquisa realizada pela Associação Pro Teste, de São Paulo, mostrou que Vitória é a capital com melhor qualidade de vida. Segundo o levantamento, divulgado no último dia 2 de julho, o município capixaba é o mais bem conceituado pela população em habitação, saúde e segurança e fica em segundo lugar nos quesitos educação e mobilidade. No quesito emprego, Vitória aparece na quinta posição, considerada boa pela pesquisa. A pesquisa ouviu pessoas em todo o País por e-mail. A maioria dos participantes é formada por homens de 35 a 54 anos, casados, com nível de escolaridade elevado e de classe média. Os entrevistados atribuíram notas de 0 a 100 para suas cidades e definiram o ranking dos quesitos mais importantes para a qualidade de vida. Os seis critérios mais importantes foram habitação, saúde, educação, mobilidade, emprego e segurança. Também foram avaliados itens como paisagem urbana, meio ambiente, planejamento administrativo, comércio e serviços (PMV, 2013).<sup>43</sup>

Embora no cotidiano sejam comuns nas falas dos moradores em torno da precariedade dos serviços, especialmente de Saúde na cidade, os índices apontam dentro de um quadro mais amplo, relativo desempenho da municipalidade em relação a outras localidades brasileiras,

[...] A oferta e a qualidade dos serviços de saúde em Vitória renderam à capital a melhor pontuação no Índice de Desempenho do Sistema Único de Saúde (Idsus), divulgado, em março deste ano, pelo Ministério da Saúde. Vitória obteve a nota 7,08, ficando à frente de Curitiba/PR (6,96), Florianópolis/SC (6,67), Porto Alegre/RS (6,51), Goiânia/GO (6,48), Belo Horizonte/MG (6,40) e São Paulo/SP (6,21). (PMV, 2013).<sup>44</sup>

Em 2013, os índices confirmam resultados obtidos pela cidade nas duas últimas décadas,

[...] Vitória é o quarto município no país com o melhor Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), como mostra estudo divulgado nesta segunda-feira (29) pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) intitulado "Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil 2013". Entre as capitais, a cidade capixaba fica na segunda posição, perdendo apenas para Florianópolis. Vila Velha também aparece entre os 50

---

<sup>43</sup> PMV. Prefeitura Municipal de Vitória. Secretaria de Comunicação. Vitória, dezembro de 2013. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/secom.php?pagina=noticias&idNoticia=8938>>. Acesso em 02/12/2013

<sup>44</sup> PMV. Prefeitura Municipal de Vitória. Secretaria de Comunicação. Vitória, dezembro de 2013. Disponível em <<http://www.vitoria.es.gov.br/secom.php?pagina=noticias&idNoticia=8938>>. Acesso em 15/1/2013.

primeiros, mas na 40ª posição, com IDHM 0,800.<sup>45</sup>

A cidade de Vila Velha, município onde fiz a pesquisa que subsidia este trabalho, aparece em boa colocação nos rankings, embora os moradores de Terra Vermelha nem sempre confirmem esta realidade. Enquanto isso, Vitória, em seus 462 anos, a Prefeitura Municipal de Vitória (PMV) estampa em seu site uma série de indicadores nos quais a cidade aparece de forma positiva, certamente, em tantos outros ainda precisa e muito avançar, o que não é publicizado<sup>46</sup>. Do ponto de vista da prestação de serviços de conexão à Internet, os números parecem otimistas, embora não sejam indicados os meios pelos quais esse acesso se efetiva. Uma pista seria o que tenho afirmado ao longo deste trabalho, a provisão da conexão a partir da compra de serviços pelos próprios usuários, o que garante dados de uma cidade aparentemente amplamente inclusa em termos de navegação no Ciberespaço.

[...] Vitória é a quarta cidade mais digital do país, de acordo com o Índice Brasil de Cidades Digitais (IBCD), divulgado na noite desta terça-feira (03), em São Paulo. Ao todo, 100 cidades fazem parte do ranking, realizado pelo Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CpqD) em parceria com a Momento Editorial. Em primeiro lugar está Curitiba (PR), seguida por Rio de Janeiro (RJ), em segundo, e Belo Horizonte (MG), em terceiro. A avaliação foi feita com base em um questionário, respondido pelos gestores municipais, e ainda em dados complementares levantados pela equipe do IBCD - como população, número de acessos e velocidade média de conexão à internet. O ranking também destacou a cidade de Vitória no quesito Acessibilidade.<sup>47</sup>

Embora Vitória esteja bem posicionada no que tange aos índices de qualidade de vida, essa não é uma realidade do ES, a começar por outras cidades da região metropolitana.

O Espírito Santo está em sexto lugar no ranking nacional de residências conectadas à internet. O dado é da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada pelo Instituto Brasileiro de

<sup>45</sup> Vitória fica em Quarto Lugar no País em Qualidade de Vida. A Gazeta. Vitória, julho de 2013. Disponível em: <<http://gazetaonline.globo.com/conteudo/2013/07/noticias/c.html>>. Acesso em 14/12/2013.

<sup>46</sup> Veja os números comemorados pela cidade de 462 anos: 1ª capital e 3º município com maior PIB per capita; 3ª capital e 4º melhor município para fazer carreira; 4ª cidade com maior Índice de Desenvolvimento Humano no país em 2013, ou seja, com melhor qualidade de vida; 6º lugar nacional no ranking de bem-estar; 4ª cidade mais digital do país; 1º lugar em acessibilidade digital; 1ª capital mais limpa do Brasil; Capital com melhores serviços de saúde do país; 7ª cidade em saneamento básico do país; 2º lugar no Índice Firjan de Desenvolvimento (educação, saúde, emprego e renda); 2ª capital em gestão fiscal municipal; 3ª capital mais promissora profissionalmente; Um dos cinco municípios brasileiros com alto índice de desenvolvimento em educação; 3ª renda per capita do país (R\$ 1.868,58). (IBGE, Wireless Mundi, você S/A, Firjan, Ministério da Saúde, Ministério das Cidades, Instituto Nacional de ciência e Tecnologia – observatório das metrópoles.) Disponível em: <[html.www.pmv.gov.br](http://www.pmv.gov.br)>. Acesso em 16/12/2013.

<sup>47</sup> Vitória é a Quarta Cidade mais Digital do País. A Gazeta. Vitória, 04 de Setembro de 2012. Disponível em: <[http://gazetaonline.globo.com/conteudo/2012/07/a\\_gazeta/minuto\\_a\\_minuto/](http://gazetaonline.globo.com/conteudo/2012/07/a_gazeta/minuto_a_minuto/)>. Acesso 16/12/2013.

Geografia e Estatística (IBGE) e divulgada nesta sexta-feira (27). Em 2012, 43,87% dos domicílios particulares permanentes tinham um microcomputador com acesso à internet. Houve um crescimento em relação ao ano anterior, que era de 41,05%. Em primeiro lugar no ranking ficou Distrito Federal com 65,94%, seguido por São Paulo com 55,61%. Em terceiro lugar, Rio de Janeiro aparece com 50,56%, depois Santa Catarina em quarto com 47,63% e Paraná em quinto com 44,53%. Segundo o Supervisor de Disseminação de Informações do IBGE no Estado, Mauro Guimarães, é possível observar que, desde 2007, o crescimento em número de domicílios e número de pessoas com acesso à internet no Espírito Santo tem sido maior do que a média do Brasil, mas ainda assim inferior ao crescimento médio da Região Sudeste. “Em 2012 ocupávamos a sexta posição, em porcentagem, entre as Unidades da Federação em termos de acesso à Internet. Na Região Sudeste, estávamos à frente apenas de Minas Gerais”, acrescentou.<sup>48</sup>

De fato, a cobertura de telefonia e acesso à Internet no ES é relativamente eficiente no que toca à oferta de serviços pelas operadoras privadas. A afirmação de que a região é “bem conectada” à rede é bastante controversa, uma vez que essa conexão não é inclusiva do ponto de vista das políticas públicas, estando muito mais relacionada com a inclusão via consumo e as formas clandestinas que emergem em parte como consequência disso. A gambiarra pode ser pensada como uma dos desdobramentos imediatos de uma política de inclusão via mercado. E como tal, não significa usufruto gratuito do serviço, porque na maioria das vezes vem taxada e prescinde desembolso do usuário. Esta realidade da prestação de serviços de Internet no Brasil se reproduz nas localidades e no ES não seria diferente.

A chegada da Internet no Estado é marcada por uma plêiade de interesses privados, embora seja pela Universidade Pública Federal que as primeiras conexões tenham sido feitas<sup>49</sup>. Na década de 90, a UFES passou por uma mudança radical com a informatização de diferentes setores. Os funcionários eram sistematicamente instrumentalizados com cursos pelo Núcleo de Treinamento de Servidores (NTS). A expansão do acesso de fato será feita pela iniciativa privada, as iniciativas do estado para o provimento sempre estiveram aquém das demandas. A

---

<sup>48</sup> AGUIAR, Marianna. Espírito Santo Ocupa Sexto lugar em Número de Casas com Internet. Folha Vitória, Vitória, 27/09/2013. Disponível em: <<http://www.folhavitoria.com.br/geral/noticia/2013/09/espírito-santo-ocupa-sexto-lugar-em-numero-de-casas-com-internet.html>>. Acesso em 16/12/2013.

<sup>49</sup> Vide Anexo I, Depoimento 1.

PMV, por exemplo, pioneira na instalação de Telecentros no ES, começa a oferecer serviços neste sentido, efetivamente em 2006<sup>50</sup>.

[...] A Gerência de Inclusão Digital da Secretaria de Trabalho e Geração de Renda (SETGER), responsável pela instalação dos telecentros, inaugura na quinta-feira (16), às 18h30, a unidade de Jardim da Penha (Rua Maria Eleonora Pereira, nº 1100 ) e, na sexta-feira (17), às 08h30, o da Ilha Santa Maria, que funcionará no Centro de Referência da Juventude (Avenida Vitória, nº 1320). Segundo dados da Fundação Getúlio Vargas, 79% dos brasileiros nunca manusearam um computador e vivem à margem das facilidades da vida em rede, e apenas 14,4% da população têm como rotina o acesso ao computador. O candidato ao curso precisa ter 14 anos em diante e, no ato da inscrição, deve levar um documento oficial de identidade e um comprovante de residência. Com duração de dois meses e duas aulas por semana de uma hora cada, as turmas serão formadas de segunda a sexta-feira, das 8 às 20 horas. O conteúdo dos cursos programados para a comunidade engloba uma visão geral de hardware, navegação na internet, processador de textos, planilha eletrônica, imagens digitais e outras informações sobre o sistema operacional. Conforme ressaltou o secretário de Trabalho e Geração de Renda, Eliézer Tavares, a previsão é implantar um Telecentro em cada Regional e eles serão instalados em diversos bairros de Vitória até o final do ano. Ele adiantou que, em Santo André, a cada dois meses, a perspectiva é formar 180 pessoas e o total de 2000 até o final de 2007. A coordenação das unidades ficará a cargo da Federação das Associações e Entidades das Micro e Pequenas Empresas do Comércio e Serviço do Espírito Santo (FAMPES). No espaço dos Telecentros Casa Vitória os micro e pequenos empresários também terão a chance de usar a tecnologia em seus negócios. Está sendo elaborado curso de gerenciamento que ensinará detalhes sobre a formação de preços, contas a pagar e receber, além de outros aspectos de interesse dos empreendedores. Cada unidade terá 10 computadores e um servidor. Os computadores foram doados à Prefeitura pela Caixa Econômica Federal (CEF), por meio do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. O primeiro de 10 telecentros que a Prefeitura vai implantar até o final do ano foi inaugurado no final de maio, na sede da Regional 2, em Santo Antônio. O espaço conta com 10 computadores com acesso gratuito à internet disponível para moradores de Vitória e microempresários para ser uma ferramenta de apoio e capacitação para empreendedores, empresários, trabalhadores e comunidade em geral.<sup>51</sup>

Por sua vez, muito antes, a iniciativa de empreendedores locais foi decisiva para popularizar o uso da Internet entre os capixabas<sup>52</sup>.

<sup>50</sup> As ações da PMV estavam por sua vez conectadas ao projeto de inclusão nacional: O Serviço Federal de Processamento de Dados – SERPRO, maior empresa de TIC da América Latina, utiliza sua expertise tecnológica e seu compromisso social nesse projeto de uso intensivo da tecnologia da informação, para ampliar a cidadania e combater a pobreza, visando garantir a inserção do indivíduo na sociedade da informação e o fortalecimento do desenvolvimento local. Implantado em 2003, o PSID é uma das ações amparadas pela política de Responsabilidade Social e Cidadania da Empresa, em sintonia com o Programa Brasileiro de Inclusão Digital do Governo Federal. O Programa concentra-se em dois eixos principais: utilizar efetivamente o Software Livre, viabilizando seu uso e a apropriação das novas tecnologias pela sociedade; e propiciar o atendimento das necessidades das comunidades, a formulação de políticas públicas, a criação de conhecimentos, a elaboração de conteúdos apropriados e o fortalecimento das capacidades das pessoas e das redes comunitárias. (SERPRO, 2003).

<sup>51</sup>PMV. Prefeitura Municipal de Vitória. Ciência e Tecnologia. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/cidade/ciencia-e-tecnologia>>. Acesso em 20/01/2013.

<sup>52</sup> Vide Anexo I, Depoimento 2.

A trajetória da comunicação mediada por TIC's como Rádio, TV e telefones no ES tem sua história marcada pela ativa participação da iniciativa privada,

[...] Em 3 de setembro de 1933, foi fundada a primeira estação transmissora de radiotelefonía em Vitória, a Rádio Club do Espírito Santo, com sede no segundo andar do mercado da Capixaba, na Rua Araribóia, no Centro da Cidade. A TV existe no Brasil há 58 anos, e no Espírito Santo há 46. Veio para as terras capixabas por iniciativa do jornalista e advogado João Calmon, o “senador da educação”, em um momento de transformação socioeconômica e disputa pelo poder na década de 1960, mais de dez anos depois da primeira transmissão brasileira ser realizada. A TV chegou ao Espírito Santo custeada pela iniciativa privada, a partir da venda de ações para empresários em busca de ascensão política e prestígio, aspirantes a serem os proprietários da primeira emissora que se instalaria em solo capixaba, a TV Vitória. Em entrevista, Bittencourt também afirmou que a verdadeira imprensa no Espírito Santo começou em 1849. Quando a tipografia foi comprada por Pedro Antonio de Azeredo, começa a impressão do Correio da Victoria. (DEBBANÉ, VIEIRA, TASSAR, 2008, p. 58).

Os grandes grupos de comunicação capixabas não tardarão na incorporação da Internet em suas redações,

[...] Criado em 22 de novembro de 1995, o Tribuna Online foi o primeiro portal de um jornal capixaba e segundo do país na versão web. O jornal Tribuna Online permite o acesso a parte do conteúdo diário e todo o Classifácil do jornal A Tribuna. Também é possível consultar as edições anteriores do jornal em PDF, ouvir as rádios Tribuna FM e AM e acessar o conteúdo da TV, especialmente dos programas regionais, liderados pelo jornal Tribuna Notícias, campeão de audiência.<sup>53</sup>

Martinuzzo (2008) destaca também a presença decisiva da empresa Rede Gazeta de Comunicações, afiliada da Rede Globo no estado, para a chegada de novas tecnologias, dentre elas, a Internet e seu processo de popularização. A própria história da incorporação da Internet no cotidiano da emissora ajuda a compreender essa presença dos agentes privados em todo o processo de oportunização das conexões entre os capixabas<sup>54</sup>. Enfim, no ES, como em praticamente todo o Brasil, a chegada da Internet vai acontecer nos anos 90 e terá seu *boom* de expansão a partir da privatização do setor de Comunicações. Será a oferta crescente, ainda que cheia de problemas de serviços de conexões por parte de operadoras privadas que constituirá o cenário da consolidação da Internet como um recurso comum no cotidiano do capixaba. As experiências de conexão dos moradores da Grande Terra Vermelha, por sua vez, são eivadas de todas as potencialidades e limites colocados ao longo do processo e que

<sup>53</sup>Tribuna Oline. História. Vitória. Disponível em: <<http://www.redetribuna.com.br/online/>>. Acesso em 09/09/2013.

ajudarão a compor os próximos capítulos da história das apropriações das TIC's na localidade.

## 2.6 O Comitê Gestor da Internet e Marco Civil como experiência civil

A Internet é um produto técnico estadunidense e sua expansão pelo mundo ainda se faz a partir de determinações de instituições governamentais dos EUA<sup>55</sup>. Em outras palavras, o computador de um morador comum de Terra Vermelha, mesmo que tenha pago com muito sacrifício base e forma de conexão à Internet, está submetido indiretamente ao controle do governo dos EUA. Sua linha é uma concessão que pode ser revogada a qualquer momento a partir de critérios que, sem saber, ele aceita quando contrata o serviço. Por sua vez, cada país determina como deve ser sua estrutura de gerenciamento e controle.

O Brasil, por exemplo, optou pela formação de um Comitê Gestor, o Comitê Gestor da Internet (CGI)<sup>56</sup> formado em 1995 e composto por voluntários nomeados pelo governo federal para pensar os caminhos da Internet no país. Dentre as mais significativas ações empreendidas pelo CGI está a abertura de um amplo processo de discussão acerca dos rumos da Internet no Brasil. Uma vez que o segmento é loteado pelas Teles, problemas de segunda ordem começam a emergir e ganhar espaço na agenda política nacional. Será justamente a partir de demandas de direito do consumidor que estas tomarão vulto. Questionamentos sobre a qualidade dos serviços prestados, as inoperantes linhas de atendimento aos clientes das

---

<sup>55</sup> Esta estrutura governamental de gerencia da internet “por determinação do governo Clinton tem em seu ápice a Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) uma sociedade civil sem fins de lucro sediada em Marina Del Rey, California – Portanto sujeito às leis estadunidenses (...) Os servidores Centrais de nomes e endereços IP da Internet (os servidores-raiz, sem os quais é impossível gerenciar o tráfego de dados na rede) são controlados pelo ICANN e, dos 13 servidores, 09 estão baseados nos EUA, os demais, auxiliares estão instalados no Japão, Suécia e Inglaterra mas o controle de tráfego de endereçamento é feito por servidores nos EUA.” (AFONSO, p. 174, 2002) O ICANN é que homologa os Country Code Tpe Level Domain (CCTLD) que administra segundo avaliação criteriosa dos americanos o conjunto de IP's em operação em determinado país (o do Brasil é BR). Embora cada país defina a forma de gestão e o modelo de organização dos serviços de Internet em seu interior, eles precisam estar consoantes à política do ICANN que tem plenos poderes para ativar ou desativar qualquer IP existente no mundo. O que mais chama a atenção não é a ignorância de alguns participantes, mas o grande poder do governo norte-americano sobre um dos órgãos técnicos que definem regras da comunicação em rede. Por outro lado, este poder não está apenas no contexto da governança da Internet, pois uma sociedade em rede ou informacional exige um conjunto de intermediários e de decisões técnicas de enorme impacto sócio-planetário. Conferir em: AMADEU, Sérgio. Hackers, monopólios, e instituições panópticas: elementos para uma teoria da cidadania digital. Blog do Amadeu. Novembro de 2006. Disponível em <<http://samadeu.blogspot.com.br/2006/11/hackers-monoplios-e-instituies.html>>. Acesso em 05/01/2014.

<sup>56</sup> O CGI é hoje a instância que administra as questões relativas à Internet no Brasil. Embora tenha autonomia para estabelecer diretrizes internas, como apresentei antes, tem sua ação limitada em aspectos cruciais pelo controle do ICANN. A política de uso da internet passa pelo controle do governo do EUA que alcança todo canto. Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) foi criado pela Portaria Interministerial nº 147, de 31 de maio de 1995.

operadoras, o resguardo da privacidade são questões que, revestidas por demandas do consumidor, obrigam de alguma maneira a discussão da gestão e regulação da internet no Brasil. Dentre as empresas com maior número de registros de reclamações junto ao Órgão de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) em 2013, estão Vivo, Oi, Tim, Net, Sky e Claro<sup>57</sup>.

Por sua vez, as denúncias de crimes no âmbito da Internet, os cibercrimes aparecem também como grande motivação para a luta por definições mais claras e objetivas quanto ao seu manuseio. Se a responsabilidade pela universalização do serviço foi transferida pelo governo às Teles, estas não aceitaram tão facilmente responder e resolver demandas de ordem jurídica e, na preocupação de manter suas receitas, também pressionaram o Estado para a ação em casos complexos. A esta altura, “exigia-se que a abordagem fosse feita pelo prisma dos direitos dos usuários e que não fossem impostas obrigações excessivas aos provedores.” (SANTARÉM, p. 96).

No dia 29 de outubro de 2009 foi lançada a primeira fase do processo colaborativo para a construção de um marco regulatório da Internet no Brasil. Em parceria com o Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas no Rio de Janeiro, a Secretaria de Assuntos Legislativos do Ministério da Justiça, propondo à sociedade eixos de discussão em relação aos direitos e deveres de seus usuários, prestadores de serviços e provedores de conexão e também o papel do Poder Público com relação à Internet.

[...] Durante a primeira fase dos debates, entre 29 de outubro e 17 de dezembro de 2009, foram mais de oitocentas contribuições, entre comentários, e-mails e referências propositivas em sites. A ideia do Marco Civil surgiu a partir da concepção do professor Ronaldo Lemos, expressa em artigo publicado em 22 de maio de 2007.<sup>58</sup>

O espaço para a discussão do Marco Civil era um Blog criado pelo Fórum da Cultura Digital Brasileira, iniciativa da Secretaria de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, conduzido na ocasião pelo então ministro Gilberto Gil. A preocupação maior naquele momento era garantir a participação da sociedade civil no processo de definição dos rumos da Internet

<sup>57</sup>MARCO Civil. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Citando\\_a\\_Wikip%C3%A9dia](http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Citando_a_Wikip%C3%A9dia)>. Acesso em: 13/07/2013.

<sup>58</sup>LEMOS, R. Internet brasileira precisa de marco regulatório civil. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/ultnot/2007/05/22/ult4213u98.jhtm>>. Acesso em 15/07/2011.

brasileira e não a redução do processo a um debate no âmbito restrito do Direito Penal apoiado nas demandas postas pelas ocorrências cibercriminosas.

A princípio, disponibilizado no blog Cultura Digital, o texto-base articulado a partir de eixos temáticos que seria comentado pelos cidadãos e as contribuições compiladas por uma equipe e poderiam ser visualizados por todos os usuários do sítio. Na primeira fase esse material foi sintetizado e fundamentou a formulação de um anteprojeto que viria ser publicado em 2010. Este versava sobre Direitos individuais e coletivos. Na segunda fase, a discussão centrou-se na reflexão em torno dos Direitos e Garantias dos usuários, da provisão da conexão e serviços de internet e da atuação do poder público. Além da discussão via blog, foram realizados diversos encontros presenciais em várias partes do país envolvendo múltiplos atores.

São muitos os debates abrigados na arena do Marco Civil, estes passam por questões jurídicas, éticas, estéticas, políticas. Mas, para o recorte que faço neste trabalho, explorarei as dimensões econômicas, entendendo que estas hoje são o gargalo da discussão. É justamente em torno dos poderes e papéis de Estado e iniciativa privada que giram os debates mais calorosos e polêmicos sobre a regulação da Internet no Brasil. Neste sentido, a pesquisa etnográfica foi fundamental, pois a empiria é que estabelece a necessidade da discussão do Marco Civil e toda política de mercado que marca a prestação de serviços de conexão hoje no país. Em Terra Vermelha, ainda que haja a oferta de acesso à Internet por agências do Estado, ONG's e afins, o consumo substantivo se faz a partir da compra do sinal pelos moradores.

Assim, embora seja reconhecido hoje como um dos mais significativos espaços participativos de discussão sobre os rumos da Internet, o debate em torno do Marco Civil, quando visto por lentes mais cuidadosas, revela a tensão histórica entre interesses políticos e econômicos no que toca à gerência da Internet. O olhar sobre as práticas nas localidades pode ser bastante esclarecedor e é neste sentido que procurarei conduzir a discussão neste trabalho.

## **2.7 A Internet como business no Brasil e a transvaloração do Marco Civil em Direito Econômico e Direito do Consumidor**

A implantação e consolidação das conexões via Internet no Brasil em seu regime misto, passam por iniciativas estatais, mas tem na iniciativa privada sua força motriz. A compreensão de todo esse processo implica necessariamente em conhecer a história recente

das telecomunicações brasileiras e o papel ativo de empreendedores criativos e jovens na construção daquela que hoje podemos chamar Web brasileira. Todo o conjunto de ações legais e processos de constituição de políticas públicas no intuito de ofertar e expandir a Internet para todas as regiões do país não seria possível sem a garantia da prestação de serviços básicos a partir de recursos técnicos até então pouco conhecidos. Neste sentido, embora todos os esforços das Universidades e Centros de Pesquisa, a constituição da Internet como um “bem”, produto técnico que atrai os olhares de investidores e homens de negócios foi fundamental para acelerar sua implantação e alcance a diferentes grupos e regiões<sup>59</sup>.

Sendo assim, conforme a Internet se consolidava como mercado lucrativo, a gestão do governo brasileiro não apenas em relação a ela, mas a todo o setor de comunicações, aos poucos vai se tornando basicamente um serviço de regulação de mercado, com a paulatina transvaloração da universalização do acesso da esfera do Direito Constitucional para as do Direito Econômico e do Direito do Consumidor.

No Brasil, o crescimento da Internet do ponto de vista da infraestrutura, programação básica no que toca a emergência de prestadores do serviço não foi diferente do que ocorreu nos EUA. Assim como no Vale do Silício boa parte dos empreendedores locais foram jovens com algum conhecimento técnico e/ou investidores curiosos que construíram entre viagens pelo mundo, prática de surf e esportes radicais, investimento em estudos e não rara prática de sabotagem, os primeiros meios de conexões que se tornaram um lucrativo produto em um mercado que começava a emergir nos anos 90. “A indústria digital brasileira foi sendo construída a partir de ideias e o suor de empreendedores que tiveram coragem de se dedicar a algo pouco conhecido – e de futuro completamente incerto.” (VIEIRA, 2003, p. 17)

É importante reconhecer que as TIC's, num mundo onde a informação é elemento que estrutura tanto relações políticas como nas comerciais, apresentam-se como um bem valioso não apenas do ponto de vista da ciência, sobretudo, do ponto de vista do mercado. A Internet é uma tecnologia que, no mercado de trocas. Agrega valores significativos, assim como uma série de bens acessórios que constituem a plêiade de recursos para a conexão. Assim, a

---

<sup>59</sup> Na investigação da Internet no Brasil, pensada como nicho de negócios, um conjunto de depoimentos recolhidos por Eduardo Vieira e reunidos no livro “Os Bastidores da Internet no Brasil: histórias de sucesso e fracasso que marcaram a web brasileira” publicado em Barueri pela editora Manole em 2003 me serviu como guia importante para rastreamento de toda uma série de controvérsias que marcam o surgimento das primeiras empresas na indústria digital que revelam o clima que marca a constituição de universo de relações online no Brasil.

própria conexão *per si*, deve ser entendida como um produto técnico com alta demanda, que movimenta toda uma cadeia produtiva e de consumo.

Compreendendo que a Conexão à Internet, mais que uma TIC, constitui-se como um valioso produto técnico com mercado disputado de circulação, é importante considerar que em seu manejo constam forças de mercado, assim,

[...] O ano de 1995 pode ser considerado o marco-zero da Internet comercial no Brasil e no mundo. Foi quando surgiram nos EUA alguns dos mais importantes nomes da internet, como o site de buscas Yahoo! E a livraria virtual Amazon.com, além dos primeiros protagonistas da internet brasileira. (VIEIRA, 2003, p. 11)

Embora os estadunidenses tenham protagonizado as primeiras grandes descobertas no setor, o fato de ser um campo aberto baseado em criações técnicas, o elemento nacionalidade não necessariamente determina seus avanços. Em todas as partes do mundo diariamente estão em ação de forma mais formalizada ou menos, dezenas de criadores que podem oferecer de forma mais ou menos independente de sua posição na rede, novas peças para o avanço no segmento. A “novidade” pode sair de um país desenvolvido ou mesmo de um periférico, como o caso da Nutec, primeira empresa de tecnologia digital no Brasil. (VIEIRA, 2003, p. 23)<sup>60</sup> A novidade neste setor ganha relevância à medida que se torna um negócio rentável. Na ausência de marcos jurídicos paradigmáticos para tratar a questão, frequentemente esta passa a transitar na esfera de regulação pelo viés comercial para os empreendedores e para o usuário pelo Direito do Consumidor. Assim, os debates acerca do acesso à Internet como a outras formas de comunicação ficam arrefecidos em muitas de suas dimensões políticas, uma vez que sua identidade de mercadoria se ressalta.

No Brasil, esse movimento se encaminha desde o advento dos primeiros provedores de conexão, bem tecnológico que mais atraiu os olhares dos investidores inicialmente neste país.

O nicho de negócio começava a se constituir timidamente uma vez que exigia ousadia para apostas de sucesso num segmento praticamente desconhecido, mas que à medida que os primeiros resultados iam surgindo, mais confiança inspirava<sup>61</sup>. Assim, várias redes convergem

<sup>60</sup> Com foco na prestação de serviços de conexão, em 1995 “Nascia a NUTECNET. Como provedor de acesso, a NutecNet espalhou franquias por todo Brasil e chegou rapidamente aos 50 mil assinantes.” (VIEIRA, P. 26)

<sup>61</sup> No final de 1995. O provedor Mandic Internet faturava dois milhões de dólares por ano. O sucesso do negócio foi suficiente para atrair a turma dos capitalistas de risco, ainda não muitos e não tão dispostos a correr muitos

para a construção desse novo campo de negócios sinalizando já nesse momento uma profunda imbricação entre dimensões on e off no processo, no movimento de uma ampla rede sociotécnica<sup>62</sup>. Como a Internet ainda não chegava a todos os espaços com a facilidade que vemos hoje, fazia parte também do plano de negócios, oportunizar o acesso e isso, sem sombra de dúvidas, será um importante elemento de divulgação e expansão das conexões, tornando-as algo tangível a diferentes segmentos sociais. O que reafirma a percepção da importância da experiência de mercado para popularização da Internet no país.

Neste sentido, além de uma poderosa intensificação cultural onde produtos e lógicas de origem geográfica e social específica por meio de um amplo processo de circulação comercial são incorporados e reinventados a partir de sentidos locais (SAHLINS, 1988), bem como a reedição com base nas novas demandas de mercado comum de traços da história política brasileira indicada por Oliveira Vianna (1999) referenciar, onde os poderes operados a partir de uma lógica patrimonial se reproduzem incorporando outras formas de estrutura produtiva a partir do envolvimento das novas gerações de proprietários com novos saberes, pode ser observada na constituição do portal Zip.Net.

Como típica estratégia de inovação nos negócios adotada pelas elites agrárias brasileiras, que não demorarão muito para identificar a Internet como promissor universo de investimento e lucro<sup>63</sup>. Assim, a economia brasileira tradicional agrária, abre mais uma frente de ganhos e com interesses bem específicos, ajuda a universalizar a conexão e a imprimir, na história da Internet brasileira, toda a orientação mercadológica que tenho procurado aqui destacar.

---

riscos, é verdade, mas já atentos ao mercado digital brasileiro.”(VIEIRA, 2003,p. 29) Em pouco tempo, o empresário Mandic e o sucesso do seu negócio milionário de internet no Brasil acaba virando estudo de caso da Harvard Business School. Outro caso emblemático que ilustra a expansão dos serviços de conexão no Brasil como primariamente fato mercadológico é a constituição da Amazon.com , a livraria que nos EUA vira o primeiro grande negócio eletrônico. No Brasil, seguindo o mesmo caminho, a Booknet emerge como primeira grande empresa de sucesso com base de vendas totalmente alocada na Web. “Em maio de 1995 estreava a primeira loja 100% virtual da Internet brasileira e o primeiro empreendimento genuinamente nacional de comércio eletrônico, expressão praticamente desconhecida até então.” (VIEIRA, 2003, p. 37). A livraria foi inaugurada em 1996 na Biblioteca Nacional com a presença de muitos jornalistas, editores, operava com 17 editoras com 2 mil livros a venda, o que garantiu credibilidade do negócio.

<sup>62</sup> A Booknet em 1998 abriu um sistema de franquias, e que os interessados recebiam um micro com conexão paga por três anos e montavam quiosques de acesso à Internet em várias localidades que iam de bibliotecas a igrejas.” (VIEIRA, 2003, p. 37) “A Booknet compra as seis lojas da Ediouro no Rio de Janeiro e se tornou a primeira livraria da história a fazer sucesso no mundo virtual, para com base nele, migrar para o mundo real – algo que nem mesmo a Amazon.com havia conseguido até então.”(VIEIRA, 2003 P. 38)

<sup>63</sup> O ZipMail foi criado por Marcos Moraes, filho de Olacyr de Moraes. O portal Zip.Net criado por ele também foi o negócio que rendeu mais dinheiro com internet business no país, quando foi vendido em 1999 ao grupo português Telecom [...] Financiado pelo pai, passou um período no Japão investigando novos nichos de negócios em tecnologia, assim, firmou parceria coma empresa americana Netcom e formou a InternetCom, provedora de serviços de conexão à Web focado no mercado corporativo”. (VIEIRA, 2003, p. 45)

Outro sinalizador do casamento entre potências tradicionais e o que há de mais novo no mercado é a entrada dos donos das grandes empresas de comunicação do país na corrida para a exploração da Internet, o que criará as condições para a chegada das grandes Teles estrangeiras por ocasião da privatização do setor de comunicações empreendida ao longo da gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso.<sup>64</sup>

Não obstante, ainda que houvesse neste mesmo período a possibilidade de acesso a serviços de e-mail e provedores gratuitos (caso da explosão do negócio de buscas na Internet como o site Cadê? ilustra bem esse momento)<sup>65</sup>.

E esforços do setor no privado na promoção, consolidação e aperfeiçoamento de serviços de conexão no Brasil (o caso da fidelização de clientes pelos Bancos Do Brasil e Bradesco em 1999)<sup>66</sup>, o acesso no período se fazia quase em sua totalidade via telefones, cujas tarifas

---

<sup>64</sup> Assim, a Rede Brasil Sul (RBS) adquire o controle acionário da NutecNet que passa a ser chamada ZAZ, posteriormente adquirida pela Tefônica Interativa, empresa espanhola que na mesma época arremata a TELESP, virando uma mega potência de comunicações no Brasil. A participação do processo de expansão da Internet pelas grandes empresas de comunicação do Brasil se dá de forma diferenciada, ora com investimentos objetivos e concretos no setor, ora mantendo sua vocação governista, ou, simplesmente explorando a linguagem de sua programação, usando de forma bem objetiva a relação cultural complexa entre mídias como impressa, radiofônica e TV, entretenimento, importantes elementos de reprodução historicamente sociais ativos no país. A entrada dos grandes grupos de comunicação brasileiros no mercado de negócios eletrônicos é fundamental para a sua expansão e popularização. Assim em 28 de abril de 1996, o UOL foi ao ar com serviço de bate-papo, a edição diária da Folha de São Paulo, da Folha da Tarde e do Notícias Populares, reportagens do jornal americano The New York Times traduzidas para o português, a Revista Isto é digital e uma seção de classificados. (VIEIRA, 2003, p. 69).

<sup>65</sup> O Cadê? Primeiro site de buscas brasileiro foi outro grande empreendimento, seus sócios Viberti e Oliveira contam com ajuda não programada da novela Global “Caminho das Índias” da autora Gloria Perez cujo enredo versava sobre o romance entre dois jovens vivendo em continentes diferentes e conectados pela Internet. Assim, a Internet “e em grande estilo, é apresentada pela primeira vez à população brasileira.” (VIEIRA, 2003, p. 59) Outro elemento que determinará o sucesso imediato e estrondoso do Cadê? foi a veiculação da campanha de divulgação do Exame Nacional de Cursos por opção do então ministro da Educação do Brasil Paulo Renato Souza e, 1996, onde o mesmo a partir de um chat do Cadê? ficava “disponível” para responder dúvidas dos avaliados. Assim, uma rede híbrida de poderosos atores, jovens criadores, empresariado, governo e forças da comunicação brasileira impulsionam o mercado das conexões.

<sup>66</sup> [...] O ano de 1999 foi peculiar na breve história da Internet brasileira. As empresas estrangeiras chegaram em peso, ‘ameaças externas muito capitalizadas (VIEIRA, 2003, p. 103). A StarMedia é a grande Latino-Americana que chega ao Brasil em seu sonho de domínio do mercado de conexões na América Latina. Entretanto irá se desmanchar com a venda do Cadê? para o Yahoo!, o que marca a entrada de mais uma frente de estrangeiros no mercado de conexões nacional. Embora, a gigante do setor, a estadunidense America Online (AOL) tenha investido bastante no mercado local, não conseguiu se consolidar na avaliação de muitos por uma série de erros de estratégia de marketing. Ainda no segmento de mineradores de dados, mais duas grandes figuras do mercado de internet no Brasil foram a IBest, e o MediaLab de Marcos Wettreich. Victor Ribeiro e Nívio Ziviani por sua vez a partir da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) desenvolvem o Miner, ferramenta de meta-busca que foi arrematado pela UOL. (VIEIRA, 2003, p. 171). Estes sites tinham grande penetração sobretudo num período em que os usuários ainda se familiarizavam com o uso da conexão, servindo quase que como cartilha para a exploração do Ciberespaço que se constituía como um universo praticamente desconhecido para um público cada vez mais ávido por explorá-lo. Na mesma época é lançada por Antonio Machado de Barros o Brasil

sempre foram taxadas abusivamente e por consequência poucos podiam usufruir de seu uso residencial. Mesmo que hoje tenhamos outro quadro o que pode ser constatado é que, ainda que outras formas de acesso não estejam atreladas necessariamente à telefonia, quem controla o mercado nacional são as Teles que passaram para as mãos de estrangeiros, que concentram serviços de TV a cabo, telefonia fixa e móvel. Como pude constatar na investigação etnográfica em Terra Vermelha, quando se privilegia o uso da Internet pelo celular, por exemplo, o consumidor adere a planos normalmente integrados. Sem créditos, o celular pré-pago não permite acesso à internet, pois parte do valor dos créditos (por exemplo, na aquisição de R\$ 18,00 em créditos, se o usuário adere ao plano de provimento de internet de uma operadora como a Vivo, cujo plano para Internet via pré-pago é o Vivo On taxado a R\$ 12,90, parte desse valor é revertido para a manutenção do acesso - e à medida que a velocidade diminui o usuário frequentemente reabastece e administra os créditos que sobram entre SMS e ligações telefônicas). Nos planos pós-pagos, a assinatura *per si* já garante o funcionamento do telefone e os pacotes com valores distintos garantem acesso também à Internet e cobram pelo excedente.

Esta vinculação entre Internet e Telefonia será determinante no processo de configuração do mercado de conexões no Brasil, facilitada inclusive pela legislação vigente e que se tornou como vimos, em pouco tempo, o grande caroco na polenta das discussões em torno do Marco Civil<sup>67</sup>. Nos anos 90 verifica-se um movimento mundial de mudanças nos mercados onde o advento e expansão da Internet terá papel fundamental, constituirá além de um nicho de negócios específico, boa parte da base de operação de outros setores que demandaram cada

---

Online (Bol), primeira investida da Editora Abril na Internet. “Fomos à Telecomunicações de São Paulo (TELESP), à EMBRATEL e ninguém conseguia calcular o valor de uma conexão à Internet.” (Barros apud Vieira, 2003) Bol e Uol mais tarde seriam fundidas e bateriam a concorrência da AOL, maior provedor americano e sua empreitada de expansão na América Latina, inclusive ao estilo dos negócios do Vale do Silício: com muita sabotagem.

<sup>67</sup> Importante compreender a expansão da internet a partir da orientação mercadológica no Brasil é considerar ainda nos anos 90, a frente de comércio de varejo online. Assim como a livraria Book.net, o grupo Pão de Açúcar é um dos que impulsionam o mercado de varejo online no Brasil em 1995, Paulo Humberg consolida o estilo freelance de mercado eletrônico, também empresas como as Arremate.com, mercado Livre, IBazar, Gibraltar, Valeu! Já nos anos 2000. O desenvolvimento desse nicho de negócios contribui também para a popularização da Internet, uma vez que a estratégia de marketing de algumas dessas empresas que mantinham postos de venda tradicionais, constantemente aludiam à possibilidade de aquisição de bens pelo modelo de compra online que reduzia significativamente os custos (VIEIRA, 2003, p. 179). A gigante da comunicação brasileira Rede Globo, ataca primeiro mercado de TV à cabo e entra tardiamente no mercado de internet criando o Globo.com, [...] Pequenas histórias como de Miner, BOL, Patagon, Net Trade, Fulano, Lokau e globo.com são apenas algumas entre centenas de aventuras no mundo digital que pipocaram entre 1998 e 1999, o biênio da explosão da Internet comercial no Brasil e no mundo (VIEIRA, 2003, P. 187). Essas empresas e outras como Decolar, Fanáticos por Futebol Clube, Trocamania entre outras “juntaram-se as grandes marcas estabelecidas, aos provedores gratuitos e a tantas outras marcas que surgiram como bolinhas de gás numa garrafa de refrigerante para juntas formarem a Web brasileira.” (VIEIRA, 2003, p. 187).

vez mais seus serviços, tornando imprescindível na vida econômica contemporânea. A Sociedade da Informação, como bem destacou Castells (1999), se estabelece operando, sobretudo, no modo de produção capitalista mudanças irreversíveis que na verdade são nada mais que desdobramentos das novas linguagens que os diversos âmbitos nas mais diversas sociedades passam a desenvolver a partir das interfaces conectadas.

Nesse complexo movimento, assistimos então à emergência de novos modelos de produção, comercialização e consumo e o perfazer concomitante dos próprios modos de conexão, a começar por sua popularização e ampliação de ofertas e modos de provimento. O tempo que dedico nesta altura do trabalho ao acompanhamento da trajetória da instituição e expansão dos serviços de provimento de Internet se justifica exatamente pelo fato que durante toda a pesquisa etnográfica que empreendi, as queixas relativas aos custos e à qualidade dos serviços de acesso eram recorrentes e enquanto usuários, estes atores sociais identificam claramente sua condição de consumidor. E esta identidade efetivamente começa a se constituir com o avanço no setor de comunicações, sobretudo, a partir do processo de privatização cuja largada é dada nos anos 90 e muda a feição não só da tecnologia de comunicação no país, como também do debate político.

A marteladas, em 1998, o Sistema da Telebrás foi colocado à venda em um grande leilão que marcou, além da privatização, a entrada definitiva de empresas estrangeiras no mercado de telecomunicações brasileiro, quando a MCI comprou a Embratel, a Telecom Itália a Tele Centro Sul (hoje Telecom Brasil), a Telefónica da Espanha compra a Telesp e um consórcio formado por Andrade Gutierrez, Inepar, Sul a América Seguros, Funcef, Antônio Dias Leite, Aliança da Bahia, GP investimentos compra Tele Norte Leste (então Telemar)<sup>68</sup> com o loteamento da prestação de serviços de conexão em geral entre empresas privadas e as novas demandas decorrentes dessa opção política,

[...] A Lei Geral de Telecomunicações brasileira, estabelecida em 1997 diferencia a prestação de serviços por regime público e privado. Os serviços prestados em regime público estão sujeitos aos princípios de *universalização e continuidade*; serão outorgados sob Concessão, cujos termos estão definidos em Contrato entre a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) e as concessionárias; e terão seus bens revertidos em favor da união ao cabo do prazo de concessão. Nos serviços prestados

---

<sup>68</sup> Aliás, como indica Sávio Cavalcante, A concentração do mercado por grandes conglomerados transnacionais é, por sinal, a marca das telecomunicações na América Latina, que presencia o domínio extenso da *Telefónica* e do grupo *Carso* (do mexicano Carlos Slim, proprietário da *Telmex* e *América Móvil*). Com os dados de 2008, vê-se que, em conjunto, esses dois grupos possuem de 50% a 70% dos principais serviços de telecomunicações na América Latina (Cf. Atlas Brasileiro de Telecomunicações - ABT 2007, 2008).

em regime privado prevalece a liberdade de iniciativa empresarial (DANTAS, 2006, p. 01).

O Estado brasileiro opta claramente pela universalização dos serviços de conexão, tomando-os como direito fundamental do cidadão. Entretanto, terceiriza a operação, deixando a cargo das dinâmicas de mercado o processo de ampliação, aprimoramento e distribuição. A partir da privatização do sistema nacional de comunicações, um ator poderoso entra em cena, as Teles ou prestadoras de serviços de conexão que, como destaquei anteriormente, no Brasil, atrelados à oferta de provimento em telefonia.

A entrada desse novo ator incidirá na própria legislação vigente que indica em termos muito claros a opção que o Brasil fez em delegar à iniciativa privada a tarefa de distribuição e universalização do serviço<sup>69</sup>. A opção feita pelo Estado brasileiro é razoável se for levado em consideração o fato de que o provimento das condições de infraestrutura e acompanhamento dos avanços técnicos no setor torna-se absolutamente incompatível em muitos aspectos para a administração e para o Tesouro Nacional. Outros países do mundo também fizeram o mesmo tipo de opção, uma vez que além de se configurar como um fato político:

[...] As telecomunicações constituem, nos dias de hoje, um setor fundamental das economias nacionais e do sistema produtivo mundializado, pois fornecem a base necessária sobre a qual se sustenta a circulação de informações para a acumulação de capital (CAVALCANTE, 2011, p. 04).

Uma vez que o modelo de fornecimento e distribuição do sinal, no que toca especificamente à Internet, é feito em moldes comerciais, temos o direito ao acesso transvalorado em direito ao consumo. O cidadão, num sistema de comunicação controlado por empresas privadas, passa a exercer efetivamente seu direito de acesso desde que possa usufruir o direito de consumidor.

---

<sup>69</sup> Lei Geral das Telecomunicações LEI Nº 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997 Art. 1º - Compete à União, por intermédio do órgão regulador e nos termos das políticas estabelecidas pelos Poderes Executivo e Legislativo, organizar a exploração dos serviços de telecomunicações. Parágrafo único - A organização inclui, entre outros aspectos, o disciplinamento e a fiscalização da execução, comercialização e uso dos serviços e da implantação e funcionamento de redes de telecomunicações, bem como da utilização dos recursos de órbita e espectro de radiofrequências. Art. 2º - O Poder Público tem o dever de: I - garantir, a toda a população, o acesso às telecomunicações, a tarifas e preços razoáveis, em condições adequadas; II - estimular a expansão do uso de redes e serviços de telecomunicações pelos serviços de interesse público em benefício da população brasileira; III - adotar medidas que promovam a competição e a diversidade dos serviços, incrementem sua oferta e propiciem padrões de qualidade compatíveis com a exigência dos usuários; IV - fortalecer o papel regulador do Estado; V - criar oportunidades de investimento e estimular o desenvolvimento tecnológico e industrial, em ambiente competitivo VI - criar condições para que o desenvolvimento do setor seja harmônico com as metas de desenvolvimento social do País. (BRASIL. Lei n. 9.472, de 16 de julho de 1997. Lei Geral de Telecomunicações. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19472.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19472.htm)>. Acesso em 06/04/2013.

Neste sentido, a lei também é clara:

- [...] Art. 3º - O usuário de serviços de telecomunicações tem direito:
- I - de acesso aos serviços de telecomunicações, com padrões de qualidade e regularidade adequados à sua natureza, em qualquer ponto do território nacional;
  - II - à liberdade de escolha de sua prestadora de serviço;
  - III - de não ser discriminado quanto às condições de acesso e fruição do serviço;
  - IV - à informação adequada sobre as condições de prestação dos serviços, suas tarifas e preços;
  - V - à inviolabilidade e ao segredo de sua comunicação, salvo nas hipóteses e condições constitucional e legalmente previstas;
  - VI - à não divulgação, caso o requeira, de seu código de acesso;
  - VII - à não suspensão de serviço prestado em regime público, salvo por débito diretamente decorrente de sua utilização ou por descumprimento de condições contratuais;
  - VIII - ao prévio conhecimento das condições de suspensão do serviço;
  - IX - ao respeito de sua privacidade nos documentos de cobrança e na utilização de seus dados pessoais pela prestadora do serviço;
  - X - de resposta às suas reclamações pela prestadora do serviço;
  - XI - de peticionar contra a prestadora do serviço perante o órgão regulador e os organismos de defesa do consumidor;
  - XII - à reparação dos danos causados pela violação de seus direitos.<sup>70</sup>

Ao Estado ficou a função de fiscalizar e regular a oferta do serviço, sobretudo a garantia do respeito aos Direitos do Consumidor. Assim,

[...] Projeto privatizante, ao se propor aumentar a oferta de serviços, elegia como motor de crescimento a concorrência entre as empresas e as inovações tecnológicas que surgiriam. A fiscalização, nos moldes de “agências reguladoras”, estaria a cargo da Anatel (DANTAS, 2006, p. 15).

Sem dúvida, o avanço no setor alcançado em pouco tempo poderia não ser realidade sem a participação ativa da iniciativa privada, sobretudo empresas de telefonia que dominam hoje o segmento. No que toca especialmente à telefonia residencial que poderia ser considerado um consumo de luxo, se pensada do ponto de vista da escassez até o final dos anos 90, tem sua malha significativamente ampliada num movimento jamais visto na história das comunicações brasileira. A telefonia móvel na sequência também alcança quase que a maior parte das cidades brasileiras e com a Internet não será diferente. Há de fato índices, que atestam o sucesso do modelo em muitos aspectos, entretanto, esse tipo de “inclusão digital”, quando avaliada com mais atenção, revela grandes distorções entre princípios e prática.

[...] Dada as insuficiências do sistema estatal anterior, o confisco obteve seu êxito, mas nada parece garantir que os limites do modelo não se mostrem cada vez maiores e

<sup>70</sup> (BRASIL. Lei n. 9.472, de 16 de julho de 1997. Lei Geral de Telecomunicações. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19472.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19472.htm)>. Acesso em 06/04/2013.

mais sentidos cotidianamente. Assim, as milhares de queixas diárias aos serviços de telefonia, em órgãos responsáveis, podem ser um indício popular da saturação do modelo, o que exigiu intervenção do governo para criação de legislações específicas (como as que definem as regras para call centers). Igualmente, a incapacidade em levar o serviço a quem precisa – e não só a quem pode pagar por ele – colocou, numa conjuntura distinta, o Estado novamente em jogo (DANTAS, 2006, p. 22).

Ainda quando pensada exclusivamente como direito do consumidor, o adequado padrão de provimento está absolutamente distante de qualquer tipo ideal, seja do ponto de vista técnico, seja do ponto de vista sociopolítico, uma vez que, “a efetiva universalização implica em custos e taxas de retorno que o investimento privado, ainda mais quando submetido às pressões da concorrência, terá dificuldade de perseguir” (CAVALCANTE, 2011, p.03). Como no Brasil a Internet para a maioria já chega como bem de consumo e não como serviço público, a tão desejada inclusão digital torna-se uma tarefa mais difícil, principalmente se for considerado o fato de que a maior parte dos países que conseguiram universalizar o serviço, o fizeram antes de privatizar o setor e não posteriormente.

Entretanto, os limites na prestação do serviço por parte da iniciativa privada, as deficiências do Estado na fiscalização e a emergência de novas competências de consumo, além, é claro, do debate em torno da feição eminentemente política do acesso criam as condições para a proposição de novos parâmetros para a gestão da Internet no Brasil, que terá como seu momento mais significativo o processo de elaboração a partir do ano de 2010 do Marco Civil.

## **2.8 O Marco Civil da Internet aprovado em 2014: inclusão digital por conta da “mão livre”**

Os debates em torno do Marco Civil, embora tivessem na própria Internet seu foro privilegiado, também aconteceram em diferentes espaços, envolvendo pesquisadores, comunicadores, empresários, governos e diferentes organizações da sociedade civil<sup>71</sup>.

As discussões foram desenvolvidas em torno de três grandes eixos: Neutralidade na Rede, a Reserva Jurisdicional e as Responsabilidades dos Provedores. Dentre as diversas

---

<sup>71</sup> Entre 29 de outubro e 17 de dezembro de 2009, foram mais de 800 contribuições, entre comentários, e-mails e referências propositivas em sites. A ideia do Marco Civil surgiu a partir da concepção do professor Ronaldo Lemos, expressa em artigo publicado em 22 de maio de 2007. Partindo dos debates e sugestões da primeira fase formulou-se a minuta do anteprojeto que voltou a ser debatida, numa segunda fase, em processo de construção colaborativo disposto à participação da sociedade. Os debates públicos dessa segunda fase foram iniciados em 8 de Abril e encerrados em 30 de maio de 2010. Após mais de um ano, em 24 de agosto de 2011<sup>3</sup>, o projeto de lei foi encaminhado à Câmara, recebido sob o número 2126/2011. Marco Civil seus direitos e deveres em discussão. Blog Cultura Digital. < <http://culturadigital.br/marcocivil/>>. Acesso em 18/02/2012.

controvérsias ocorridas no processo, uma em especial se liga à reflexão que tenho proposto neste trabalho, o que toca às Responsabilidades dos Provedores. Como destaquei anteriormente, a Internet no Brasil tem sido pensada desde a sua implantação como um complexo projeto que procura amalgamar interesses públicos e privados. Uma vez que o Estado brasileiro delegou à iniciativa privada a responsabilidade de universalização e garantia da infraestrutura técnica para o provimento de conexões, este setor passou e tem muita força na gestão do processo. Neste sentido, o próprio debate em torno do Marco Civil revela a tensão entre interesses públicos e de mercado. Os grandes gargalos e fontes das controvérsias mais significativas foram justamente os pontos da proposta que determinavam direitos e responsabilidades de provedores. Como sinaliza bem Latour (1999), neste sentido revela muito sobre os sentidos da questão. Assim, a apresentação do projeto não se efetivou enquanto, do ponto de vista das Teles, certas garantias fossem claras em texto.

Interessante que a controvérsia que mais travou o processo ocorre mesmo em torno do princípio de Isonomia a partir do qual o serviço deve ser prestado ao “cidadão consumidor”. O ponto de discordância das Teles estava justamente nas implicações em seus planos de negócios que tal orientação poderia exercer. A diferenciação nas modalidades de comercialização do serviço de conexão é que garante a margem de lucro e sobrevivência das concessionárias. A possibilidade de nivelamento no tratamento dado ao consumidor imposto a partir de certa interpretação do Princípio de Isonomia poderia ameaçar a política de mercado no setor.

Entretanto, para além das pretensões essencialistas jurídicas e/ou de mercado sobre as quais repousam hoje a gestão da Internet no Brasil, em minhas andanças em Terra Vermelha encontrei todos os tipos de opção de planos de acesso oferecidos pelas operadoras. Em geral, percebe-se o atrelamento do acesso à Internet ao consumo de telefonia móvel ou fixa, quando não agregando serviço de TV a cabo. É bem comum que, nas famílias, membros tenham, por exemplo, chips de diferentes operadoras em seus celulares para procurar maximizar o acesso sem afetar tanto o seu custo. Assim, como bem sinalizou um dos meus informantes, uma verdadeira corrente de trocas solidárias se faz entre parentes, vizinhos e amigos, que emprestam uns aos outros o chip para que se garanta a navegação. Assim, quem tem plano Tim Infinity tem Internet por mais tempo negocia esse acesso tomando como moeda de troca, por exemplo, bônus de SMS e créditos para ligação de quem tem chip da Vivo. Enfim, o consumidor desenvolve um conjunto de estratégias para administrar o acesso, explorando o

quanto pode a oferta diferenciada de serviços que fazem as operadoras.

As transações informais que os usuários estabelecem para a garantia do acesso são incontáveis e condicionadas justamente pela prerrogativa de quem as Teles têm liberdade de estabelecer seu plano de negócios, oferecendo serviços conforme critérios de mercado que julguem relevantes. Ainda que as operadoras inicialmente ditem as regras, o consumidor racionaliza a aquisição do serviço a partir de esquema de pensamento do universo cultural no qual transita. “Dizer que as forças de mercado devem decidir tudo é dizer que os desejos não podem ser julgados moralmente, só pragmaticamente (podem ser satisfeitos dando lucro?). (SLATER, 2002, p. 52)

Com a ênfase dada à Isonomia pela primeira versão do Marco Civil, esse tipo de estratégia de movimentação do mercado tornou-se questionável. Assim, uma nova versão foi apresentada, no final de 2013, ao Congresso Nacional, que agradou às empresas de telefonia, uma vez que se opuseram a praticamente todas as versões anteriores. Conforme depoimento de Marcelo Saldanha, liderança empenhada nos debates em torno da constituição de Provedores Comunitários como alternativa à exploração do direito à conexão por meio da iniciativa privada, afirma:

*Neutralidade, privacidade e liberdade de expressão: porque governos, na internet, não podem meter a mão? Já temos dito, quem controla a infraestrutura controla a informação. São dois caminhos a serem percorridos em paralelo: 1 - Democratizar as (tele)comunicações; 2 - Criar meios de comunicação comunitários (TV, Rádios e Provedores Comunitários).*

A relevância da posição que tem o setor privado hoje na determinação da gestão da Internet, na percepção de Marcelo, é muito perigosa, porque além de sustentar um modelo de distribuição obscuro que, na prática, prima pelo lucro das Teles e não pela universalização efetiva do acesso e nem mesmo pelo direito do consumidor, cria sérios problemas no que toca à governança da Internet. Diante dos Princípios da Neutralidade e da Reserva Jurisdicional são abertas perigosas prerrogativas que colocam a cargo da iniciativa privada a gestão da privacidade e total controle sobre a informação que se produz e circula no e pelo Ciberespaço. Ou seja, a primazia do mercado pode ter consequências não meramente comerciais, mas

políticas nefastas mesmo em curto prazo. Assim:

[...] Após muita pressão e com a votação adiada para 2014, o relator do texto (Marco Civil), Alessandro Molon (PT-RJ), incluiu uma cláusula que altera item sobre neutralidade da rede. Esse princípio define que o acesso para qualquer site deve ser feito com a mesma velocidade, sem que acordos comerciais possam beneficiar ou prejudicar a navegação em sites. Esse ponto também trata da venda de pacotes para o consumidor. Pela nova redação, está explícito que as Teles poderão adotar o modelo de negócio que quiserem, desde que não descumpram outros pontos da lei. Isso significa que as empresas poderão continuar vendendo pacotes de acesso à internet conforme a velocidade e o volume de consumo.<sup>72</sup>

Com a aprovação do Marco Civil da Internet, embora muitos avanços tenham sido garantidos, o projeto político estabelecido ainda no governo Fernando Henrique Cardoso permanece dando o tom da gestão da Internet no Brasil: a iniciativa privada com grandes poderes uma vez que provê a base técnica da infraestrutura de acesso e a ação fiscalizadora do Estado que, por sinal, é bastante problemática.

O serviço prestado pelas concessionárias é obscuro e problemático em muitos aspectos, por sua vez, há ações do Estado penalizando-as, mas cujo cumprimento é bastante questionável, como bem indica Marcelo Saldanha:

*“Anatel dá desconto de 25% sobre multas não pagas pelas teles. Vou me lembrar de quando estiver devendo ao Governo, exigir meus 25% de desconto tb. Na verdade solicitar isenção de 100%, visto que se as teles que faturam bilhões por ano, podem ter este descontão, nós podemos ter isenção total. Que tal ?”.*

Outro indicador importante dos limites desse modelo é o próprio ranking anual do PROCON que, por anos consecutivos, tem as concessionárias de telefonia e internet topo da lista de reclamações registradas por usuários de todas as partes do país.

Assim entendendo e a pesquisa de campo atestou pelo menos na localidade em que foi realizada que a aprovação do Marco Civil, embora represente uma série de avanços, sobretudo na qualidade dos debates em torno da Internet no Brasil, não altera significativamente a experiência prática de acesso. Esta permanece balizada por princípios jurídicos isonômicos

<sup>72</sup>NASSIF, L. Nova proposta de marco civil agrada as empresa de telecomunicações. Disponível em: <<http://jornalggn.com.br/noticia/nova-proposta-do-marco-civil-da-internet-agrada-empresas-de-telefonia>>. Acesso em 23/02/2013.

que preveem a universalização do serviço, entretanto, permanece também a orientação mercadológica que aplica o direito civil com ênfase na identidade do cidadão afirmada a partir do Consumo. Ainda que se ampliem as margens de poder aquisitivo e crédito para alguns segmentos da sociedade brasileira, por si só, estas não garantem as condições necessárias para o acesso em sua forma mais eficiente. Com as Teles mantendo sua liberdade de estabelecimento de planos e custos para o acesso e com a frouxa efetividade do Estado em fiscalizá-las, a margem de acesso por formas ilícitas e a mais que prevista oneração do consumidor são fatos inevitáveis e já vividos. Neste sentido, pouco se caminha para a efetiva inclusão digital, uma vez que o modelo de universalização já em curso dá mostra claras de inoperância, mesmo para quem pode pagar por ele. Mas, não se pode deixar de levar em consideração o “ponto de vista nativo, partindo do pressuposto de que ele não seja um bloco monolítico (...) a vida social é formada de sutilezas e nuances.” (BARROS, 2007, p.111). O consumidor, especialmente o de TIC's, é fabulador. Se as condições de acesso são restringidas, estratégias para a garantia do seu consumo são criadas pelo usuário. O fato é que o Marco Civil foi pensado a partir de certo modelo de direitos fundado por sua vez numa concepção de cidadania de tipo ideal que é simbolizada pela noção de “consumidor cidadão” que,

[...] Como nome, não é nem uma síntese nem uma substituição dos nomes *consumidor* e *cidadão*; nossa hipótese de trabalho é que se trata da produção de um universo semântico no qual as relações e atividades compreendidas pelo consumo e a cidadania se submetem a um processo em que obtêm novos significados e se carregam de sentidos renovados. O cidadão consumidor se constitui como a expressão subjetiva de um projeto de valor e de um modelo de sociedade, o qual se configura em volta de três elementos o contato entre consumidor e cidadão: escolha, liberdade e consciência (ARRIBAS, PINA, 2006, p. 93).

Este modelo de consumidor de tipo ideal não leva em consideração as elaborações diferenciadas que distintos grupos sociais fazem em suas experiências de consumo. Considera a diversidade no consumo como possibilidade individual com limites, em sua discricionariedade, baseados numa espécie de bom senso moral que tornaria consensuais certas regras universais. Assim, o fato de uma família de Terra Vermelha ter em média renda mensal de um salário mínimo e ter um custo fixo com provimento de Internet e suprimentos em torno de R\$ 200,00 normalmente é interpretado por agentes jurídicos como manifestação da alienação por meio de práticas consumistas condenáveis.

A idealização de um tipo ideal de consumidor consciente tende a moralizar a avaliação do estilo de vida de grupos populares. Em conversas com agentes do PROCON/ES, pude notar

que seu treinamento é totalmente baseado na ideia de que, além de fiscalização do cumprimento dos direitos do consumidor, a função do órgão é educar para o consumo consciente. Acompanhando o atendimento na agência de Vitória, assisti a uma sessão de aconselhamento a um consumidor. Uma senhora com aproximadamente 60 anos reclamava o insucesso no desfecho de um empréstimo tomado a uma financeira. Impressionou-me a autoridade da qual se sentia investida a agente que falava em tom imperativo e condenatório, julgando a prática da senhora inconsequente e procurando ensiná-la a consumir.

Enfim, além de o Marco Civil permanecer na lógica da universalização do acesso a partir da livre iniciativa de agentes privados, no que toca à fiscalização de suas ações por parte do Estado se faz a partir de um modelo de cidadão consumidor que negligencia dimensões culturais inerentes às práticas de consumo. Tudo isso reforça a convicção de que, sem dúvida alguma, a pesquisa etnográfica é fundamental para suscitar reflexões mais profundas quanto às relações entre consumo, identidade e cultura e o reconhecimento de que as práticas de consumo, sobretudo de TIC's constituem um fenômeno extremamente complexo e demanda análises de fôlego.

### 3 – QUAIS ESTRATÉGIAS DESENVOLVEM OS MORADORES DA GRANDE TERRA VERMELHA PARA A GARANTIA DO CONSUMO DO ACESSO À INTERNET?

*Pensei que era moleza  
Mas foi pura ilusão  
Conhecer o mundo inteiro  
Sem gastar nenhum tostão*

*Oh! Marinheiro, Marinheiro  
(Marinheiro só!)  
Foi quem te ensinou a nadar  
Ou foi o tombo do navio  
Ou foi o balanço do mar*

*Melô do Marinheiro – Herbert  
Vianna*

**Figura 15** – Consumo de TIC's numa residência em Terra Vermelha.



Extraída de: Arquivo pessoal Patricia P. Pavesi.

### **3.1 Navegando em Terra Vermelha: comprando o acesso**

Uma vez entendida a estrutura de distribuição do acesso à Internet no Brasil, muitas estratégias desenvolvidas pelos informantes para garanti-lo podem ser compreendidas. Reconhecido como produto a ser adquirido mediante pagamento, um modelo de economias pessoal e doméstica é desenvolvido, onde cálculos diversos são feitos diariamente no intuito de ampliar e melhorar a conexão que nenhuma planilha de Economia daria conta. Os cálculos são permeados por trocas pessoais, favores, fontes de renda ilícitas e/ou intermitentes que somente a pesquisa etnográfica tem condições de alcançar, o que passo a apresentar a partir deste ponto.

### **3.2 O consumidor e o consumo de conexão da Grande Terra Vermelha**

Como a Grande Terra Vermelha é constituída por bairros populares, a maior parte dos moradores trabalha no comércio, na prestação de serviços, sejam domésticos ou técnicos vinculados a empresas ou atuantes na construção civil e diversas atividades no mercado informal. Entretanto, não se pode pensar a carência material como elemento desabonador. É importante assim, não incorrer na avaliação das práticas locais sob a perspectiva da “falta”, pois, como bem registra Zaluar (1985):

[...] Na corrente da chamada “cultura da pobreza” afirma-se que, devido à situação dos pobres numa sociedade estratificada e altamente individualista, como a capitalista, esses desenvolvem uma cultura exclusiva que se caracterizaria pelo mínimo de organização acima da família e pela falta de integração às instituições da sociedade mais ampla. Isto se manifestaria numa propensão à apatia, à falta de interesse na política, na ausência de cultura de classe, e se explicaria por uma pobreza cultural devido ao desconhecimento do estoque simbólico da sociedade abrangente. Implícita nesta postura está a impossibilidade de que produzam um estoque simbólico próprio. [...] Além do mais, a pobreza é um conceito comparativo, e sua qualidade relativa aos outros gira em torno da desigualdade social. Esta não é uma consequência de sua cultura, mas o resultado de políticas públicas que provocam uma real privação material e uma real exclusão dos pobres nos campos ocupacional, educacional e político. O que os exclui, portanto, não é o seu prolapado fatalismo, desmotivação para o trabalho, apatia e resignação, nem a sua exclusão do campo educacional é consequência de uma suposta restrição no seu estoque simbólico. Sublinhar a cultura da pobreza neste caso termina por desviar a atenção das próprias relações de poder e por alimentar as políticas públicas que perpetuam a desigualdade. Por outro lado, na cultura dos pobres concebida como o negativo ou o desconhecimento do estoque simbólico erudito, não há lugar para as manifestações culturais desenvolvidas fora dos aparatos educacionais oficiais (ZALUAR, 1985, p. 41-42).

Não obstante as condições de vida não sejam as mais adequadas do ponto de vista da garantia de serviços públicos e remuneração, os moradores desenvolvem sofisticadas redes de trocas

materiais, inscrevendo regras de oferta e retribuição conforme experiência de mercado informal, local, e efervescente. Quanto à renda familiar, encontrei entre os meus informantes os seguintes indicadores:

**Tabela 3** – Renda Mensal Média por Núcleo Familiar na Grande Terra Vermelha aferida no período entre 2012 e 2013

Renda Familiar	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
01 salário mínimo	23%	16%	20%
01 a 02 salários mínimos	43%	36%	38%
02 a 03 salários mínimos	23%	22%	18%
03 a 05 salários mínimos	07%	15%	05%
05 a 10 salários mínimos	03%	01%	06%
Mais de 10 salários mínimos	01%	03%	03%

Fonte: Dados da Pesquisa.

A renda média dos entrevistados por núcleo familiar fica entre um e dois salários mínimos. Por sua vez, o orçamento mensal embora curto, precisa dar conta além de outras demandas, também das conexões. Do ponto de vista do custo mensal, considerando todas as formas de conexão consumidas pelos indivíduos de um núcleo familiar, os investimentos assim se configuram:

**Tabela 4** – Custo Mensal com a Conexão por Núcleo Familiar na Grande Terra Vermelha no biênio 2012-2013

Custo Mensal com a Conexão	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
Menos de R\$10,00	14%	18%	13%
Entre R\$10,00 e R\$20,00	40%	33%	26%

Entre R\$50,00 e R\$100,00	18%	18%	33%
Entre R\$100,00 e R\$200,00	04%	09%	06%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Os custos com a conexão são bastante complexos, sobretudo se é feita pelo celular. SILVA (2010) na discussão do consumo de aparelhos celulares, recorre à etnografias já feitas no Brasil e aponta a complexidade desse tipo de atividade que não é exercida de forma regular e universal, o que reforça a necessidade de pensar a conexão consumida a partir desses receptores na região a partir de suas singularidades.

[...] Francisca Silva do Nascimento (2004), intitulado *Os Últimos Serão dos Primeiros*. Trata-se de uma análise sociológica dos telefones celulares, na qual a autora realiza uma análise comparativa entre dois grupos distintos de adolescentes: estudantes de classe média alta de um colégio particular e jovens de camadas populares: os “pagodeiros”. Para ambos os grupos, o telefone celular atua claramente como mecanismo de diferenciação social. Ambos os grupos o valorizam em seu aspecto simbólico, já que ter um celular é requisito para integrar o grupo; além disso, ambos o percebem como mecanismo que não só integra os membros do grupo entre si mas também os conecta ao estilo de consumo tecnológico característico da modernidade. Entretanto, as diferenças entre os dois grupos são, obviamente, pautadas pelo poder aquisitivo: enquanto os “pagodeiros” compram aparelhos celulares de segunda mão, pré-pagos, e economizam para poder recarregar os créditos de três em três meses, os adolescentes abastados falam o quanto quiserem pois a conta é paga por seus pais. Em contraste, os celulares dos “pagodeiros” são muitas vezes velhos, com teclas que não funcionam ou mesmo funções não mais disponíveis. Entretanto, para eles, ainda que com um aparelho ultrapassado, ter um celular significa estar integrado à dinâmica da vida moderna (NASCIMENTO, 2004, P. 37).

A baixa renda familiar não se coloca como um impedimento para a aquisição nem do aparelho nem do acesso à Internet. Independentemente dos valores envolvidos nessas transações (se o morador de um bairro nobre, como maior poder aquisitivo pode adquirir um Iphone em pagamento à vista, o morador da GTV pode também o fazer, comprando de segunda mão, parcelando o pagamento, e mesmo à vista.), os grupos populares não são excluídos da vida digital. Ao contrário, são bastante informados e conhecedores das tecnologias mais recentes, constituindo a conexão, elemento naturalizado no seu cotidiano. São múltiplas as formas que este segmento da sociedade encontra para nos termos de Goffman (2010) se “adaptar”, se “instalar” (MILLER, 2013, THÉVENOT, 1994) num mundo digitalizado. E o acesso a partir de bases móveis é um caminho para isso. Neste sentido, conhecendo o potencial de conexão

dos grupos populares, as operadoras de telefonia desenvolvem programas de tarifas mais atrativos e compatíveis com as possibilidades de consumo deste segmento. Hoje, as concessionárias que prestam serviço de provisão de acesso à Internet em GTV apresentam planos de adesão, cobrando em média os seguintes valores:

**Tabela 4** – Valores das Tarifas de Pacotes de Acesso à Internet via Aparelho Celular Pré-Pago vigente no Brasil entre 2012 e 2013

Operadora	Valor	Dias	Consumo
<b>Claro</b>	R\$11,90	30	300MB
	R\$ 6,90	15	150MB
	R\$ 0,50	Por dia	10MB
<b>TIM</b>	R\$0,50	Por dia	10MB
<b>VIVO</b>	R\$12,90	30	200MB
<b>OI</b>	R\$0,50	Por dia	5MB
	R\$9,90	30	100MB
	R\$2,90	7	30MB

Fonte: Sites das Operadoras Vivo<sup>73</sup>, Claro<sup>74</sup>, Tim<sup>75</sup> e Oi<sup>76</sup>.

**Tabela 5** – Valores das Tarifas de Pacotes de Acesso à Internet via Aparelho Celular Pós-Pago vigente no Brasil entre 2012 e 2013

Operadora	Valor	Dias	Consumo
Claro	R\$29,90	30	300MB
	R\$49,90	30	500MB
	R\$79,90	30	2GB
	R\$99,90	30	5GB
TIM	R\$29,90	30	300MB
VIVO	R\$36,90	30	500MP

<sup>73</sup> Disponível em: < <http://www.vivoon.com.br/>>. Acesso em 03/06/2014.

<sup>74</sup> Disponível em: < <http://www3.claro.com.br/internet>>. Acesso em 03/06/2014.

<sup>75</sup> Disponível em: < <http://www.tim.com.br/sp/para-voce/internet>>. Acesso em: 03/06/2014.

<sup>76</sup> Disponível em: < <http://www.oi.com.br/oi/pre-home?url=http%3A//www.oi.com.br/oi/oi-para-voce>>. Acesso em: 03/06/2014.

	R\$64,90	30	2GB
OI	R\$10,00	30	100MB
	R\$19,00	30	200MB
	R\$39,00	30	500MB

Fonte: Diário do Consumidor<sup>77</sup>.

Os serviços das Oi e Claro costumam ser a extensão de um pacote que contempla Internet, telefonia móvel e fixa e TV a cabo. Por sua vez, Tim e Vivo operam tanto via celular como a partir de modem portátil. De todas elas, não obstante os valores, mas também em função da eficiência do sinal, a Oi/Velox é que tem a maior cartela de clientes no acesso por cabos como sinaliza a tabela seguinte.

**Tabela 6** – Concessionárias de Internet mais demandadas na Região da Grande Terra Vermelha entre 2012 e 2013

Concessionária	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
Oi/Velox	45%	52%	55%
Modem Portátil (Vivo, Oi, Claro)	14%	12%	10%
Internet via rádio	09%	08%	08%

Fonte: Dados da Pesquisa.

**Tabela 7** – Concessionárias de Internet via Telefonia Móvel mais demandas na Região da Grande Terra Vermelha entre 2012 e 2013

Operadora Celular	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
Vivo	92%	74%	67%
Tim	02%	11%	05%
Claro	01%	05%	01%
Outros	06%	10%	12%

<sup>77</sup> Pacote de Internet Pré ou Pós-Pago? Veja qual é a Melhor Opção. Diário do Consumidor. Setembro de 2013. Disponível em: <<http://portaldodoconsumidor.wordpress.com/2013/09/02/pacote-de-internet-pre-ou-pos-pago-veja-e-qual-a-melhor-opcao/>>. Acesso em: 03/06/2014.

Fonte: Dados da Pesquisa.

Como a maior parte do acesso é feita a partir do celular e a operadora com maior número de assinantes é a Vivo cujo pacote de acesso à Internet em modalidade pré-paga, a mais comum na região, tem o valor de R\$12,90 (mensal), se consideramos que os custos mensais com a conexão giram entre R\$10,00 e R\$50,00 é preciso compreender como isso acontece.

Numa série de conversas com comerciantes locais que mantinham serviço de recarga para celulares de diferentes operadoras, pude compreender melhor o gerenciamento que os usuários fazem em relação ao tempo e custos para a conexão. Conforme informa o próprio site da Vivo, o plano mais consumido na região, o *Vivo On* oferece o uso de SMS ilimitado de Vivo para Vivo, bônus para ligações e acesso à Internet.

[...] Entenda o como funciona o seu Vivo On para acessar o Facebook e seus sites favoritos: Quando você se cadastra no Vivo On paga R\$12,90 de adesão, uma única vez. Este valor é debitado do seu saldo de recarga. Para continuar participando da promoção todo mês basta fazer uma recarga de no mínimo R\$15,00 a cada trinta dias.

78

Entretanto, com a recarga de R\$15,00, o usuário compra o acesso de 200MB que, à medida que é feito o seu consumo, vai perdendo velocidade, atingindo uma rotação mínima que dificulta o acesso a certos sites, dentre eles, o Facebook. Com isso, além de muito lenta a navegação, muitos ícones praticamente não podem ser acessados, tornando deficiente a navegação, sobretudo para baixar músicas, vídeos, games e acesso às redes sociais. É muito comum que o usuário antes mesmo de usufruir toda a extensão de tempo do pacote, recarregue novamente o celular para retornar à velocidade inicial. Desta forma, recupera o poder de navegação, mas não dispõem infinitamente dos bônus para SMS e ligações já adquiridos numa primeira recarga, pois estes possuem prazo de validade. Se não usados até a data limite estipulada pela operadora, são perdidos. Em outras palavras, a cada recarga, tudo praticamente recomeça do zero, anulando todos os ganhos das anteriores se o usuário não souber administrar o seu consumo.

A economia do uso das conexões passa assim por um cálculo complexo, onde variáveis como: velocidade de conexão, prazo de bônus e recarga precisam ser ponderadas. Os comerciantes informam que é comum as pessoas recarregarem os celulares mais de uma vez por semana e

---

<sup>78</sup> VIVO ON. Disponível em: <<http://www.vivoon.com.br/sejavivoon/pre>>. Acesso em 02/09/2014.

por mês isso era certo. Na prática, considerando tais variáveis, mas o fato de que numa unidade familiar podem ser encontrados mais de um aparelho celular em uso habilitado para o acesso à Internet, os custos com os pacotes pré-pagos podem sair mais altos que os pós-pagos e mesmo os da conexão fixa. Por sua vez, a vantagem da conexão via celular diz respeito à forma cultural e histórica como os recursos são agenciados pelos grupos populares. A entrada de recursos sazonais por meio de atividades informais para complemento de renda como a venda de artesanato e alimentos, consultoria em cosméticos e prestação de serviços em geral, criam condições para o consumo imediato de créditos, ao passo que a incerteza quanto a eles, não permite que um custo fixo seja assumido como é o de telefonia e conexão por base fixa.

Bachelard (1974) ajuda a pensar diferentes regimes de gestão da vida doméstica, onde a “casa” emerge como o elemento ordenador de práticas sociais. Assim, não seria incomum encontrar em modelos culturais diversos a preocupação com este núcleo objetivada em instituições, ritos, projetos e cálculos diversos. Desse modo, necessidades individuais e condições de vida comuns podem ser equacionadas conforme a conjuntura. E são diversos os meios que a os moradores de GTV encontram para fazer este tipo de equação, dentre estes a ampliação de suas condições de consumo de tecnologias que é tomada pelo grupo como signo do progresso, de uma vida melhor. “Tal percepção situa-se amplamente dentro da perspectiva de vida dos moradores da periferia urbana, cuja existência é motivada por esse projeto de melhorar de vida, que envolve o grupo familiar em seu conjunto”. (Durham apud Sarti, 2003, p. 30).

No que toca à base a partir de onde o acesso à Internet é feito, aparecem com frequência PC's de mesa, notebook, tablet, celulares. Estes, por sua vez, constituem um conjunto de bens tangíveis carregado de simbolismos. Além da qualidade dos equipamentos, toda uma preocupação com marcas, cores, tamanhos e design acompanha a saga em busca das conexões. A observação das redes de comércio de rua local e do Shopping Boulevard, o mais próximo da Grande Terra Vermelha, levou-me a adotar como estratégia, passar a frequentar lojas de telefonia e suprimentos digitais, assim como qualquer estabelecimento que comercializasse computadores, notebook e tablets. A conversa com consultores de venda e mesmo a apreciação visual do público que circulava foram muito férteis e se casaram bem com as conversas com os usuários e me deram sinais muito significativos do tipo de consumo feito dessa base material para a conexão. Conversas em que foram se revelando os seguintes números no que se refere à compra dos aparelhos-base para o acesso à Internet:

**Tabela 8** – Forma de Aquisição dos Equipamentos-Suporte para a Conexão entre os moradores GTV no biênio 2012-2013

Modalidade da Compra (PC de mesa, notebook, tablet)	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
Pagamento à vista em lojas autorizadas	34%	35%	39%
Pagamento parcelado em lojas autorizadas	52%	46%	30%
Produto de “segunda-mão” com pagamento à vista	05%	03%	13%
Produto de “segunda-mão” com pagamento parcelado	04%	03%	03%
Outros	06%	16%	12%

Fonte: Dados da Pesquisa.

**Tabela 9** – Forma de Aquisição dos Aparelhos Celulares entre os moradores GTV no biênio 2012-2013

Modalidade da Compra	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
Pagamento à vista em lojas autorizadas	42%	37%	39%
Pagamento parcelado em lojas autorizadas	37%	33%	30%
Produto de “segunda-mão” com pagamento à vista	08%	06%	13%

Produto de “segunda-mão” com pagamento parcelado	0%	12%	03%
Outros	12%	16%	32%

Fonte: Dados Pesquisa.

**Figura 15** – Cartaz em loja suprimentos de informática do Bairro Terra Vermelha.



Extraída de: Acervo Pessoal de Vinícius Lordes.

Não é incomum encontrar tanto o celular, quanto os demais aparelhos numa mesma unidade de moradia, mas a forma de aquisição é diferenciada. A princípio, eu não apostava que a modalidade de compra dos celulares quase que na sua totalidade fosse feita com pagamento à

vista. Mas à medida que conversava com os usuários, ouvindo expressões como “*não vale a pena comprar celular à prestação não, a gente nem termina de pagar e o celular já não serve mais*” (A.S – 32 anos) – iam sinalizando que a compra do celular obedece a uma lógica particular, relacionada à percepção que os usuários têm da mudança e avanços tecnológicos e, é claro, quanto aos seus preços. Embora todos os dias novos modelos de todos os equipamentos que servem de base ao acesso da Internet estejam chegando ao mercado, entre os nativos de Terra Vermelha, a avaliação quanto à idade e tempo de vida do aparelho celular é visivelmente mais rigorosa, mesmo que nem sempre seja o produto mais recém-chegado ao mercado o mais consumido entre os moradores. À expressão “*o celular não serve mais*” subjazem inúmeros sentidos que vão desde as condições materiais, passando pelo design, o conjunto de funções que é capaz de executar, bem como o modismo. O fato de o celular integrar a composição da indumentária contribui também, de certa forma, para a percepção diferenciada do seu tempo de vida.

O custo médio dos aparelhos celulares mais comuns entre os entrevistados também é um bom indicador de como é feito o consumo de acesso à Internet, sua compra à vista pode ser facilitada em função do seu custo. Em média, os celulares em uso mais comumente encontrados estavam bem abaixo dos valores dos PC de mesa, notebook e tablet.

**Tabela 10** – Custo dos Aparelhos Celulares mais usados pelos moradores da GTV entre 2012-2013

Custo do Aparelho	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
Menos de R\$100,00	07%	10%	05%
Entre R\$100,00 e R\$150,00	11%	09%	24%
Entre R\$150,00 e R\$200,00	09%	14%	17%
Entre R\$200,00 e R\$300,00	31%	23%	16%
Entre R\$300,00 e R\$500,00	29%	31%	20%
Mais de R\$500,00	14%	14%	12%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Como é possível perceber, um conjunto de fatores torna o celular a base preferencial para a conexão: além da comodidade, privacidade, portabilidade, o próprio processo de aquisição e custos o tornam adequado às condições de vida e trânsito dessa comunidade. Na busca pelas estratégias para estabelecer as conexões em Terra Vermelha, encontramos um nativo que garante o acesso a partir da aquisição do sinal preferencialmente feito a partir de aparelhos celulares, mediante desembolso que já consta do rol de demandas do orçamento familiar e de forma expressiva. Mesmo como custo “aparentemente” pessoal, na acepção de De Vault (De Vault apud Goidanich, 2012), que toma a tarefa de abastecimento da casa como uma forma de trabalho importante que ajuda a manter a organização doméstica, no caso das famílias de GTV, não apenas a tarefa de garantir operacionalmente o abastecimento de alimentos, itens de limpeza e serviços de primeira necessidade material fazem parte da atividade de provisão, mas a conexão à Internet também. E mais, a provisão é de responsabilidade de todos senão como conta conjunta, por aquisição individual que eventualmente e por extensão será consumida por outros membros da casa.

Em certa ocasião, dirigindo-me à sede do Banco Terra, seguia atrás de um grupo de meninas que conversavam animadamente. Fizera uma imagem e uma delas sugeriu que fosse postada na Web. A proprietária do aparelho celular que produziu a fotografia disse que não tinha créditos. De imediato começaram as troças:

*“De que adianta ter celular sem crédito?”*

*“Tem um celular poderoso e não pode usar a internet?”*

*“Prefiro meu celular vagabundo com crédito que um bonito ‘pai de santo’.”*

Essas e outras situações similares vivenciadas em campo foram claros indicativos, além dos depoimentos nesse sentido, de que a posse das condições para a conexão além de uma necessidade de primeira ordem na vida diária, também é um elemento importante tanto para a qualificação dos objetos como da função deles na composição da apresentação de si pelos usuários.

Possuir o “melhor” celular ou qualquer outra base de acesso sem o “poder de conexão” é discutível. A conexão é o bem imaterial que, de diferentes formas, potencializa as funções de

outros bens de natureza mais tangível. Ela garante certo tipo de investidura ao portador que permite certo tipo de *empoderamento*. Assim como o *Mana* que, na Polinésia, transcendia à materialidade do bem, a conexão é tomada per si como um bem imaterial que pode ser adquirido. Se a nobreza polinésia comprava lotes de tapetes persas a preços exorbitantes da mão dos ingleses e os queimava em praça pública, o consumidor de conexão faz também, a sua maneira, uma série de sacrifícios para usufruir da “força imaterial” que move sob muitos aspectos a vida na comunidade. A distinção pelo acesso à Internet então se produz pela conjugação do poder de conexão, à posse dos meios mais modernos e eficientes para tal e a sua manutenção por mais tempo.

L.P. (42 anos), por exemplo, falava-me com orgulho que não tinha TV de plasma, seu celular era o mais barato e nem Internet acessava, mas sua casa estava arrumada e suas contas em dia. Essa postura do ponto de vista de outros estruturantes como moralidade cristã e austeridade diante da lei seria indicadora de progresso conciliado com boa conduta.

Entretanto, Turner no *Betwixt and Between* (2005) fornece um ponto de vista interessante para pensar essa força que a posse da conexão tem para a distinção na GTV: "Se o nosso modelo básico de sociedade é o de uma "estrutura de posições", devemos encarar o período de margem ou "liminaridade" como uma situação interestrutural" (2005, p.137). Ou seja, assim como a renda, o cumprimento das leis, o nível de escolaridade, o potencial para a conexão ainda que sem o valor moral atribuído historicamente aos primeiros, coloca-se como um vetor estruturante intersticial na demarcação de prestígio local. Considerando ainda outra contribuição de Turner (1974, p.117) que assinala como atributos das ‘entidades liminares’ o fato de que elas "não se situam nem aqui nem lá; estão no meio e entre as posições atribuídas e ordenadas pela lei, pelos costumes, convenções e cerimonial. Seus atributos ambíguos e indeterminados exprimem-se por uma rica variedade de símbolos [...]", não importa de que forma a conexão é provida, ela pode ser garantida a partir de modelos diversos de gestão financeira dos usuários, modelos de provisão e organização familiar. Importante é usufruí-la inclusive às custas do endividamento, da possibilidade de ser classificado como um “mau pagador” ou mesmo uma pessoa “fútil” que deixa de fazer melhorias na casa ou diminui o orçamento com a alimentação para se manter com acesso à Internet.

Se a ética protestante em seu viés meritocrático e a lei na avaliação de L.P são os padrões de conduta mais adequados, na economia da Grande Terra Vermelha Digital, não

necessariamente. Neste âmbito da ação social da vida dos moradores, o valor é colocado pelo indivíduo, mas reside no seu poder de conexão sua qualificação maior. Não empreender esforços para garantir o acesso à Internet que é a condição para participar da vida online da comunidade converte-se em sinal de “atraso”, “pobreza”.

A economia relacional hoje, especialmente entre os mais jovens da Grande Terra Vermelha é permeada amplamente pela circulação das TIC's e conexão à Internet é uma espécie de dom valioso que ajuda a estruturar associações e agências diversas. A exemplo da “Economia bovina”, entrevista por Pritchard, onde a relação com o gado fornecia uma série de parâmetros para a estruturação da vida comunitária, não tratamos de um sistema uno com um único fundante, mas de um repertório vasto de reses que ajudam a montar a dinâmica da vida em Terra Vermelha, onde o poder de conexão desempenha papel importante. A conexão não é uma instituição total, trata-se de uma prática corrente e valiosa para certo segmento de moradores da região. Ajuda a ordenar e organizar a vida neste segmento, no caso, o formado pelos mais jovens. Ajuda a constituir o *ethos* da comunidade, mas retroalimentando outras vivências culturais. A posse da conexão potencializa a experimentação de diversos papéis no interior do grupo que se auditadas por meio do controle de audiência em redes sociais. Por meio dela imagens moralmente aceitas pelo grupo podem ser reforçadas ou desconstruídas pelo tipo de perfil pessoal que se faz circular na Internet. Ela ajuda a produzir a imagem, mas não a constrói sozinha. Há na vida do grupo, outros agentes que igualmente desempenham historicamente papel similar, exemplo claro disso, ainda no universo das TIC's é a TV. O acesso à conexões pela TV embora em muitos aspectos dirigido, incide na produção das identidades locais em complexo diálogo com as categorias nativas mais caras. A própria popularização da Internet no Brasil, como já vimos, está vinculada a um produto televisivo, a novela da Rede Globo, “O Clone”. Mas acontece que já há certo tempo, a conexão à Internet tem sido cada vez mais presente e toda uma nova geração toma contato com ela desde muito jovem. Uma parcela significativa dos informantes afirma ter feito seu primeiro acesso antes dos 10 anos de idade. Ou seja, antes mesmo de tecnicamente gerar renda, o sujeito já perfila no universo dos consumidores.

**Tabela 11** – Idade em que os Informantes Fizeram o Primeiro Acesso à Internet

Idade com que fez o primeiro acesso à	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
---------------------------------------	---------------	--------------	---------------

Internet			
Antes dos 10 anos de idade	36%	41%	72%
Entre 10 e 15 anos de idade	57%	54%	27%
Entre 15 e 20 anos de idade	05%	04%	01%
Entre 20 e 30 anos de idade	01%	01%	0%
Depois do 30 anos de idade	01%	0%	0%

Fonte: Dados da Pesquisa.

À medida que o acesso a partir dos aparelhos celulares vai se tornando a alternativa mais viável no contexto da comunidade, além da sua popularização, oferta a partir de valores mais acessíveis, sua posse também pode ser verificada cada vez mais cedo.

À pergunta “Com qual idade teve seu primeiro aparelho celular?” as respostas mais comuns foram:

**Tabela 12 – Idade em que os Informantes Adquiriram o Primeiro Aparelho Celular**

Idade que teve o primeiro aparelho celular	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
Antes dos 10 anos de idade	21%	22%	39%
Entre 10 e 15 anos de idade	61%	67%	49%
Entre 15 e 20 anos de idade	13%	09%	01%
Entre 20 e 30 anos de idade	01%	0%	0%
Depois do 30 anos de	01%	0%	0%

idade			
Nunca teve aparelho celular	03%	03%	10%

Fonte: Dados da Pesquisa.

A posse do celular pelos mais jovens como já sinalizei antes pode ter várias explicações, desde a ideia de sucessão quando os aparelhos mais antigos vão passando de geração a geração à medida que os novos são adquiridos, a idéia de que há uma idade moralmente adequada para a posse e mesmo, estratégias de controle familiar. “vistos como fontes de poder, o propósito da *performance* ritual é transmitir uma parte desse poder para o iniciante, que se torna então qualificado para assumir o seu novo título e seu novo *status* social.” (LEACH, 2000 ). Ganhar o celular corresponde em alguma medida em progressos na vida adulta e geralmente acontece em datas ritualísticas fortes: Natal, aniversário.

D.T. de 17 anos, num dos grupos focais que realizei, disse que não tinha aparelho celular no momento porque havia sido furtado, mas que seus pais iriam comprar outro com o décimo terceiro salário no final do ano. M.L. de 14 anos, por sua vez, na mesma oportunidade disse que iria ganhar um smartphone novo no seu aniversário. Como a aquisição dos meios de conexão não é barata, datas importantes no calendário festivo, civil e religioso são tomadas não apenas como marcos ritualísticos também, servem como referência para as aquisições materiais. Ou seja, o consumo de TIC's não implode as tradições, não “desencanta” a vida cultural, ao contrário, as intensifica.

[...] Entre seus achados de pesquisa, a autora descobriu que os celulares estavam sendo usados para devoção religiosa: aparelhos equipados com GPS são utilizados para localizar Meca, auxiliando assim no ritual obrigatório das orações diárias do islamismo. Na China, a secular tradição de enterrar junto com os mortos representações em papel de objetos materiais, que irão acompanhar o morto na outra vida, agora incluem também representações em papel de telefones celulares (Bell apud Adervol, Castells, Qiy, Sey, 2009, p. 35).

Na interface das TIC's mais modernas com elementos da tradição também é notável o fato de que os pais nos grupos populares assim como os das classes médias, munem seus filhos com dispositivos de comunicação móveis para, entre outras coisas, monitorá-los. Uma conversa com um comerciante de Vila Velha que emprega em seu estabelecimento vários moradores da

Grande Terra Vermelha, uma das reclamações recorrentes era a de que os seus funcionários, principalmente as mulheres que passavam a maior parte do turno de trabalho presas aos seus celulares, monitorando os filhos. Assim, seja pela Internet ou pela telefonia móvel e fixa, a demanda da posse do celular acaba sendo construída muitas vezes pela própria família. Não apenas a economia da vida material doméstica vai sendo alterada com a possibilidade de acesso à Internet, o seu consumo passa a ser também justificado como requisito para segurança e controle familiar. O cotidiano vai sendo reinventado por meio do que De Certau (2007) chama de “artes de fazer”, “astúcias sutis”, “táticas de resistência” que, na interface com as novas tecnologias vão subvertendo o projeto de mercado (que supostamente visa apenas o lucro pelos investidores e produtores), por meio da movimentação dos sujeitos em contextos distintos que, em busca de melhorar sua performance mediante as normas gerais que os constroem, vão se apropriando dos espaços, serviços e produtos de maneira própria. Um proprietário de loja de suprimentos de informática me indicou que a compra de celulares vinculados aos planos de acesso à Internet eram os mais demandados em seu comércio, menos, por exemplo, de que os suprimentos para a conexão via cabos, e quanto aos modelos/marcas de aparelhos celulares eram mais vendidos, tanto na fala do comerciante como nas conversas com jovens com menos de 15 anos de idade, não foram especificados nenhum modelo ou marca em especial, a preferência em regra é pelo smartphone. O desejo pelo smartphone pode trazer vários sentidos: a possibilidade de manusear um cardápio maior de Apps; o fato de seus modelos serem mais recentes que a maioria dos celulares analógicos; mas especialmente o fato de que a partir deles torna-se possível a conexão à Internet. Entretanto, o caminho para o smartphone pode ser longo e gradativo, precedido de outros aparelhos com menos funções disponíveis. Assim, é possível encontrar um morador muito jovem que já possuiu mais de dois celulares ao longo da vida.

**Tabela 13** – Quantos Aparelhos Celulares os Moradores da GTV Já Possuíram Desde a Primeira Aquisição

Quantos celulares já teve	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
01	07	09%	18%
De 02 a 03	30%	28%	33%
De 03 a 05	34%	35%	22%
Mais de 05	28%	27%	21%

Nunca teve aparelho celular	01%	01%	06%
-----------------------------	-----	-----	-----

Fonte da Pesquisa.

A natureza híbrida dos suportes para a conexão tanto consistindo bens de uso individual como coletivo é bastante interessante. No caso específico dos aparelhos celulares que aparecem como os mais usados, o número de smartphones em uma unidade familiar é restrito, ele pode circular uma vez que emerge como uma das fontes para a conexão, assim também acontece com PC de mesa, notebook e tablets, entretanto, o apelo do celular como bem é a posse individual. Enquanto os demais se diluem num tipo de posse coletiva - “é da família” - o celular por sua vez, tem dono. A maior parte dos informantes indicou a existência em uso de 03 e 05 celulares em casa. Em unidades familiares de entre 03 e 05 moradores isso significa que é possível encontrar moradias em que praticamente todos os membros possuem o aparelho.

TORQUATO (2013) verifica no Morro da Providência no Rio de Janeiro entre os moradores a posse do telefone como importante indicador da prosperidade não apenas material, mas como ponto alto de um árduo processo de aperfeiçoamento da conduta moral. Na GTV em relação à opção por celulares, muitos informantes enfatizavam que na posse do telefone fixo se não for feito o pagamento da conta ocorre o registro no cadastro de consumidores de inadimplentes e com o “nome sujo” de que adiantaria ter casa bonita e estar endividado? Assim, a opção pelo celular em parte se justifica no fato de a recarga não pode ser parcelada, desse modo, o usuário só pode efetuá-la quando tiver dinheiro o que traz menos chances de se endividar para manter-se conectado.

[...] Como pude observar junto aos meus interlocutores, eles confirmaram, em muitas ocasiões, as percepções de que, no Brasil, o acesso à casa própria, mais do que representar um valor positivo de sucesso, está associado a um conjunto de valores morais, pois não se trata de realizar apenas um sonho, mas de “ter a vida organizada”, e com isso, ser considerada uma pessoa de bem, honrada, donde os sacrifícios feitos para se alcançarem esses objetivos serem uma evidência, ou uma prova contundente da virtude da pessoa em questão, uma demonstração inequívoca para parentes e vizinhos de que ela está no caminho certo, “deu certo na vida”, moralmente falando (TORQUATO, 2013, p. 56).

Como se vê, o endividamento não é prerrogativa para a sobrevivência dos mais pobres, uma parte significativa dos informantes organiza suas práticas de consumo a partir da lógica da

“pureza”, onde o não cumprir compromissos é visto como um “perigo”. O “bom” pagador converte-se no cara de sucesso, pois, consegue consumir sem “sujar o nome”. Assim, comprando suportes de conexão e a própria conexão à vista, é possível em parte evitar o “perigo” que representa a dívida.

Em geral, a conexão deixa ser enquadrada pelo núcleo familiar no custo da “casa” como é qualificada a provisão de energia elétrica, abastecimento de água e gás, passando a ser transvalorada em consumo pessoal. Assim, cada um deve administrar os seus “créditos” e renová-los quando for possível. Mas, a renda familiar será comprometida de qualquer maneira se são muitos os suportes de conexão individuais numa casa. E não são poucos os telemóveis com acesso à Internet numa unidade familiar como os próprios informantes indicaram:

**Tabela 14** – Quantos Aparelhos Celulares em Uso por Domicílio GTV no Biênio 2012-2013

Quantos aparelhos celulares em uso em casa atualmente	Primeira Fase	Segunda Fase	Terceira Fase
01	03	02%	04%
De 02 a 03	40%	41%	46%
De 03 a 05	44%	46%	39%
Mais de 05	13%	11%	12%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Toda a investida etnográfica nesta pesquisa me encaminhou à reflexão em torno da importância do poder de conexão entre os moradores da Grande Terra Vermelha e como os dispositivos móveis apresentam-se hoje como os suportes mais usados para o acesso. Diante de um número expressivo de pessoas conectando-se a partir dos celulares e quantidade notável de aparelhos presentes nas unidades domésticas cada vez mais cedo na vida dos jovens da região, é possível perceber como,

[...] A comunicação móvel trata-se não tanto de uma nova capacidade técnica, mas, sobretudo como um recurso tecnossocial seguro, confortável e íntimo, um dispositivo pessoal e comunicativo que é uma presença constante na vida quotidiana (ITO, 2004, p. 29).

Essa presença significativa no cotidiano naturalmente se traduz em práticas diversas que

marcam a produção identitária do grupo. Os sentidos, as formas de agenciamento e as releituras criativas da vida, a partir do consumo de conexão, são ricos e precisam ser mais discutidos. Pretendo fazê-lo nas sessões seguintes, entretanto, uma vez, que esse elemento constituinte da vida social é taxado, pago e consumido mediante investimento financeiro da parte do nativo, entendo que seja importante discutir de forma mais ampla as condições em que a Internet se populariza no Brasil a partir, sobretudo, de sua tomada como plano de negócios. Se agentes não diretamente ligados ao mercado como as universidades e muitas organizações não governamentais sem fins lucrativos contribuem para a chegada desta TIC ao país, sua expansão e popularização está intimamente vinculada e condicionada por políticas de mercado que ajudam a configurar o acesso hoje como essencialmente bem de consumo sujeito às leis de demanda e oferta. Tais reflexões podem levantar questões muito sérias em relação ao Marco Civil da Internet recentemente aprovado no Brasil, sobretudo, no que toca às políticas de inclusão digital. O trabalho etnográfico torna-se importante no sentido de ajudar a elucidar qual realmente é o movimento de inclusão digital em curso no país. Ainda que seja o estudo de uma localidade, essa pesquisa tem indicado que é pela condição de consumidor que os brasileiros mais pobres têm podido fazer sua inserção no Ciberespaço. Se isso é bom ou ruim, não se pode concluir muita coisa, mas que é fato, isso, não resta dúvidas.

#### 4 - CONSUMO DE TIC's: NOVAS POSIÇÕES SOCIAIS OU NOVAS HABILIDADES PARA O CONSUMO?

Figura 16 – Sátira relacionada à categoria “Classe C”.



Extraída de: < <https://www.google.com/>>. Acesso em 04/04/2014.

#### **4.1 Grande Terra Vermelha: classe C /“nova classe média” ou ações afirmativas a partir do Consumo e TIC’s?**

M.C. de 38 anos é uma jovem avó e manicure, moradora do bairro Barramares. Engravidou muito jovem, foi casada durante doze anos com o pai do seu filho que hoje tem 22 anos e um filho de quatro anos. Nasceu no interior de MG e foi morar em Vila Velha ainda criança. Foi babá durante muito tempo, trabalhou no bar da sua mãe e atualmente é manicure. M.C. não tem salão, atende suas clientes na sua própria casa, uma quitinete de três cômodos. Quando a encontrei a primeira vez me tratou com bastante desconfiança. Não deu muito assunto, não olhava para o meu rosto e ficou de cabeça baixa fazendo a unha de uma cliente por aproximadamente uma hora e meia. Com as minhas passagens semanais na casa dela e a aquisição de alguns produtos da marca Avon da qual ela era consultora, o gelo aos poucos foi sendo quebrado. Na sala da casa dela onde atendia as clientes sempre tinha uma TV de LCD 32” ligada na programação da Rede Record e três celulares que manuseava o tempo inteiro intercalando seu trabalho e conversas por SMS, ligações telefônicas e pelo chat do Facebook. Cada celular tinha o chip de uma operadora diferente. À medida que os créditos eram consumidos e a conexão ficava lenta, ela indicava à pessoa com a qual conversava online para aguardar que iria entrar de novo com outro aparelho. Muitas conversas que ela tinha com pessoas no Facebook ou mais recentemente no Whatsapp eram feitas por meio do recurso “viva-voz”. Assim, querendo ou não, quem estivesse no ambiente acabava participando da interação. Em outros momentos se ela precisava de privacidade, não titubeava, deixava a clientela esperando dez, quinze minutos enquanto saía de casa para atender ao telefone. As clientes, embora também aproveitassem a pausa para checar seus celulares, reclamavam muito dos intervalos, reclamações às quais M.C. não dava nenhuma atenção, ao contrário, até as repreendia dizendo que não ia mais guardar o horário da unha na outra semana, que as castigaria “tirando bifés”, sempre em tom de brincadeira.

A casa de M.C. era pequena, mas repleta de eletroeletrônicos: aparelhos de som, de DVD, forno micro-ondas, panela elétrica, cafeteira, dentre outros. Certa vez, cheguei à casa dela e notei que estava com um notebook diferente, quando perguntei se era novo ela respondeu que sim. Espontaneamente falei: “você está rica, hein?!”.

Ela deu muitas gargalhadas e começou a cantar a trilha sonora de vídeo do Youtube que era uma montagem de trechos de várias vilãs de novela que eram ‘ricas’, ‘esnobes’. Um dessas

personagens, vilã interpretada por Fernanda Montenegro aparecia diversas vezes no vídeo, uma espécie de mixagem, dizendo “Eu sou rica! Pobreza pega!”. Foi conversando sobre essas personagens de novela que ela foi descrevendo sua percepção da sua própria condição financeira.

*[...] Menina, aqui não tem ninguém com dinheiro não. Todo mundo compra as coisas a prestação e vive devendo. Eu tenho minhas coisas porque trabalho e um ou outro ajuda. Rico é quem mora em Coqueiral de Itaparica, que tem plano de saúde, carro bom, mora na frente da praia. Aqui o pessoal tem um celular bom, usa roupa de marca e quer posar de rico. Se fosse rico não morava aqui. Se fosse assim, eu ia ser rica porque quando quero pego celular novo lá com meu irmão que ele vende pago depois e saio por ai tirando onda. (M.C. , 38 anos).*

M.C., por ser trabalhadora autônoma, normalmente prefere fazer suas aquisições parcelando-as no mercado informal ou fazendo pagamento à vista no comércio formal, eventualmente comprando “no cartão de crédito” da mãe ou de algum amigo. Considera a sua casa boa, que dispõe do que precisa e que é possível viver e pagar suas contas sem estar no mercado formal. Cobra R\$ 25,00 pelo trabalho completo (pé e mão). O atendimento de sua clientela se intensifica das quinta-feiras ao sábado. Em média, em dias ruins atende quatro clientes e sua renda média mensal pode chegar a dois salários mínimos quando o movimento é fraco e até três em dias mais produtivos. Como valoriza muito a vida online, não dispensa o consumo do acesso à Internet por meio do qual potencializa o seu negócio. Tem perfil no Facebook onde posta o resultado do seu trabalho e um grupo no Whatsapp onde as clientes marcam horário de atendimento e acertam contas, postam fotos de modelos de decoração de unhas que ela copia à mão livre.

Já V.D., 49 anos, é aposentado, mora há 30 anos na GTV. Passou a ali residir quando se casou. Antes disso, perdeu pai e mãe ainda criança, foi ‘criado’ por uma família no interior do ES que muda no ífício dos anos oitenta para Cariacica (cidade vizinha à Vila Velha, também parte da Região Metropolitana de Vitória) e o trouxe para trabalhar no negócio que ali abriram.

*[...] Vivi de favor na casa dos outros, fazia tudo que eles pediam, quando me mudei nem umas lajotas que eles tinham largadas no quintal me deram para começar minha casa, tive*

*que comprar. Hoje eu tenho minhas coisinhas. Vou trabalhando e comprando, eu e minha esposa. Os meninos agora estão trabalhando e ajudam também. Graças a Deus eu venci, porque eles deviam olhar pra mim e falar, ‘esse moleque não vai dar em nada na vida.’ É, hoje eu tenho meu carro, minha casa, meus dois filhos estão fazendo faculdade. Na minha casa você vê tem dois andares, duas cozinhas, duas salas. Tudo com trabalho. Agora a luta é para pagar a faculdade do menino mais novo que não conseguiu financiamento do governo. Mas vou te falar, aqui em casa a gente come do bom e do melhor. Não gosto de miséria não, tem que ter fartura. E tem telefone fixo e Internet pros meninos estudar. Faço de tudo pra eles terem uma vida mais confortável do que a que eu tive. (V.D., 49 anos).*

V.D. recebe mensalmente um auxílio de um salário e meio e se orgulha pelo fato de que dois dos seus filhos trabalham de “carteira assinada”. A esposa faz salgados e doces para festa, é consultora da Natura e da Racco. Ele não sabe usar o computador e no celular apenas faz ligações telefônicas, já sua esposa e filhos são consumidores de conexão ativos. Possuem além do plano de provisão Velox para o PC de mesa, planos que permitem a conexão por seus smartphones. Todos têm perfis no Facebook onde interagem, mas ressaltam que não expõem imagens da vida domésticas com medo de assaltos.

M.C. e V.D. são informantes cuja renda familiar é similar à da maior parte dos moradores da Grande Terra Vermelha, onde a média de rendimentos de uma família de cinco a dez pessoas é de um a dois salários mínimos, sendo que esta renda normalmente provém do trabalho remunerado de duas ou três pessoas da casa e em muitos casos, de auxílios de programas como os Bolsa Família e Bolsa Escola.

Se levarmos em consideração a partir da percepção de Neri (2008) que toma a margem de dois salários mínimos como rendimentos fixos de uma família, indicador de seu pertencimento ao segmento chamado Classe C, os meus informantes estariam contemplados na classificação “nova classe média”. Outro indicador de pertencimento à nova classe média brasileira em que também se enquadrariam seria o de Porchmann (2012): a ampliação das perspectivas de consumo advindas dos ganhos majorados no salário mínimo e da ampliação das linhas de crédito. Por sua vez, o termo “Classe C” como designador deste segmento social no qual, de alguma maneira, está incluída uma parcela significativa dos moradores de TV, é

controverso, tendo sido inicialmente proposto pela SAE (Secretaria para Assuntos Estratégicos da Presidência):

[...] O conceito de classe média é apenas um instrumento analítico capaz de organizar e hierarquizar a heterogeneidade das famílias brasileiras de tal forma a identificar o grupo na pirâmide social. Sua validade de ser avaliada não em termos de sua fidedignidade, mas sim em termos de sua utilidade analítica, seja para a compreensão da dinâmica social brasileira, seja para a melhoria do desenho e adequação dos diversos programas sociais, portanto, para a sua maior eficácia.<sup>79</sup>

Se considerarmos efetivamente as propostas de Neri (2008) e Porschman (2012), podemos pensar os consumidores de conexão à Internet da GTV como parte da nova classe média brasileira, entretanto, quando revisitamos a Teoria Sociológica no que toca à definição dos estratos médios de uma sociedade, encontramos uma série de requisitos que tornam prematura a afirmação da mobilidade social recente no Brasil. Kerstenetzky e Uchôa (2013) indicam:

[...] Em busca da nova classe média membros da nova classe média ainda estão longe de corresponder à “promoção social” que lhes foi atribuída: a maioria deles pode ser de fato considerada pobre sob qualquer critério que leve em consideração adequação nos níveis de bem-estar. Moradias inadequadas, escolaridade insuficiente, acesso limitado a crédito nas condições habitualmente disponíveis para a classe média e uso incipiente de serviços sociais privados permitem prever o limitado horizonte para progresso social por parte desse segmento que por outro lado abocanhou e segue abocanhando ganhos de renda. Claramente a promoção de fato dessas famílias à classe média depende de que possam acessar bens e serviços de qualidade, o que não conseguem exclusivamente por meio de seus rendimentos (mesmo no caso em que seus empregos e rendimentos não sofram descontinuidade). Classificá-los na classe média é ignorar o fato ordinário de que a pobreza (assim como a riqueza) é um fenômeno multidimensional e de que linhas de pobreza de renda são definidas muito frequentemente em função do orçamento público, e não das reais necessidades das famílias. Mais gravemente, pode importar na ilusão de que este é um problema social devidamente solucionado (KERSTENETZKY, UCHÔA, 2013, p. 21).

Dentre as críticas lançadas à tese da ascensão da Classe C, apoiada na noção bourdeana de *Habitus*, está a discussão em torno da formação da classe média pensada a partir de um conjunto de práticas e domínio de certo capital cultural que vai além de sua definição apenas por meio da renda. Como parte do capital cultural da classe média “tradicional” por exemplo, estaria a noção de projeto que inclui não apenas planejamento da vida numa perspectiva individual, mas, sobretudo, a preocupação com a organização social e garantias políticas que

<sup>79</sup> BRASIL. Secretaria para Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE). Comissão para a definição da Classe C no Brasil. Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/site/wp-content/uploads/Relat%C3%B3rio-Defini%C3%A7%C3%A3o-da-Classe-M%C3%A9dia-no-Brasil.pdf>>. Acesso em 04/04/2014.

não podem ser observadas na visão dos que postulam ao segmento no Brasil contemporâneo (SOUZA, 2013).

Na passagem em campo, uma das indagações que fiz aos moradores dizia respeito à relação entre Internet e Política. Diante da pergunta “*Você discute e/ou busca informações sobre política na Internet com qual frequência?*” 39% dos entrevistados respondeu “raramente”, 31% “nunca”, 18% “somente quando acontecem momentos/eventos especiais”, 10% “uma vez por semana” e 02% “todos os dias”. Considerando que a maior parte dos entrevistados encontra-se na faixa dos 15 aos 36 anos, do ponto de vista de avaliação a partir dos jovens da região, embora a renda tenha aumentado, o poder de consumo também, no que toca a performances na Internet, seu engajamento na vida política numa certa acepção do termo é mínimo, e não é apenas a resposta apresentada que indica isso. Suas interações online e outros tantos indícios sinalizam uma percepção de política pouco associada à mudança nas instituições e pouca clareza e avaliação reflexiva quanto a seus próprios posicionamentos ideológicos. Ainda que sejam sensíveis a temas como corrupção, injustiça e exclusão, o incômodo com a forma como são conduzidas as instituições não se converte em ações articuladas visando a transformação das estruturas sociais. Embora os moradores sejam protagonistas de lutas por melhorias na qualidade de vida na região em diferentes situações ao longo da história de formação do povoado, o engajamento é uma experiência restrita a poucos. Neste sentido, é importante destacar o fato de que uma parcela pequena da juventude local protagoniza algumas formas lutas políticas nos plano on e offline. Acompanhei por exemplo, durante um ano as postagens no perfil do Facebook “Grita Terra Vermelha”, espaço muito usado pelos moradores para denúncias, reivindicações e até mesmo para organização de pequenas mobilizações em torno de interesses da comunidade. Além deste espaço, a própria associação de moradores, o Instituto GG5, escolas e igrejas por meio de plenárias, cursos de capacitação, oficinas de recreação, bazares e uma série de outras iniciativas envolvendo jovens indicam algum tipo de sensibilidade e até mesmo em alguns casos, o engajamento dos moradores em questões políticas. Assim como indica Scalón (2014) tomando o caso da cidade do Rio de Janeiro, no que toca à noção de pertencimento, inclusive do ponto de vista da classe social,

[...] É possível observar que a renda não consiste em um componente prioritário na definição de classe. Os jovens que participaram da dinâmica atribuíram relacionaram classe social, principalmente, ao local de moradia, mostrando que a espacialidade é significativa para a atribuição de um lugar social. Mas esses jovens reconhecem, também, que a segregação se estende à escola, aos locais de lazer, entre outros espaços não compartilhados. Os entrevistados parecem não reconhecer a

universalização do crédito e do consumo - com pleno acesso a objetos tais como celular, micro-ondas, computador, entre outros - como universalização de oportunidades e, portanto, promotora de igualdade de classes. (SCALON, 2014, p. 23).

Os jovens que entrevistei na Grande Terra Vermelha aludem de forma genérica a questões políticas mais globais versando sobre temas como o julgamento do “mensalão”, sucessão presidencial e até mesmo a questão da mobilidade urbana pensada a partir da luta pela redução do pedágio da Terceira Ponte, via que liga sua cidade (Vila Velha) à capital (Vitória), denotam a percepção das precárias condições de vida de seus bairros, a discriminação como um dos efeitos da segregação expressa, por exemplo, na resposta frequente que dão quando fora da Região V à pergunta sobre seu endereço (preferem dizer que moram na Barra do Jucu que na Grande Terra Vermelha, dada a avaliação negativa comum de sua procedência).

Há claramente a concentração do que consideram reivindicação política legítima e passível de retorno nas questões locais, intracomunidade. Em alguns temas, as insatisfações parecem ganhar mais visibilidade como é o caso do transporte, as condições de infraestrutura de saneamento e serviços de saúde. Mas algo que me chamou a atenção foi a frequência com a qual que apareceram nos relatos as reclamações ao que toca ao serviço de conexão na região, tanto residencial como via celulares.

Nos grupos focais, a intermitência do sinal de Internet era alvo frequente de piadas e reclamações. Os dias chuvosos, segundo os participantes, são os mais desafiadores à conexão. Não importa qual a operadora, o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) nunca dá respostas plausíveis e a insatisfação é generalizada. Certamente, a relação crítica e a percepção de si como clientes mal atendidos acontecem em outras compras como vestuário, por exemplo, mas o reconhecimento da sua condição de consumidor, especialmente entre os mais jovens parece dar-se, sobretudo, no que toca ao consumo de TIC's. Seja na compra de aparelhos para conexão defeituosos, seja na própria oferta precária do sinal. E é pela condição de consumidor que mais frequentemente atualizam experiências de cidadania, o que estaria muito distante do tipo ideal de engajamento aludido pela Teoria Sociológica que permitiria reconhecer neste segmento preocupações e reflexões políticas consistentes.

A reivindicação de direitos a partir da experiência de consumidor parece ser a tônica nas práticas juvenis em torno de questões sociais em GTV. E não espanta o fato de que é

justamente pela conexão que esta vivência seja mais evidente. O fato é que, o consumo da conexão à Internet está para além da ligação técnica para fins de ordem prática. O que se consome efetivamente são as conexões sociais. Esse bem tão valioso, adquirido com sacrifício, quando não fornecido de forma minimamente eficiente, representa a ruptura de uma forma de associação e encontro que se tornou fundamental no cotidiano desses jovens.

A emergência de experiências de cidadania ancoradas no Direito do Consumidor já é fato comum na sociedade brasileira, e no ES em particular, como sinaliza o trabalho de Vasconcellos (2005) que analisa o volume de registro junto ao PROCON da cidade Vitória e as representações dos consumidores que procuram a assessoria deste órgão. Segundo a pesquisa etnográfica de Vasconcellos, o balcão de direitos do consumidor ganha relevância pela rapidez e efetividade de suas ações que ampliam sensação de direito garantido com retorno em curto prazo as suas reivindicações. Tese que também se usa por alguns analistas na avaliação da onda de protestos desencadeadas em junho de 2013 no Brasil, protagonizada significativamente por jovens. Como uma das causas dessas manifestações passa a ser apontada a indicação da reivindicação ao acesso a serviços de maior qualidade, sobretudo, em função do alto custo e investimento privado dos cidadãos com os mesmos.

[...] Mas a grande contradição desta interpretação dos protestos estava, precisamente, nas demandas colocadas, que apontavam para a ampliação de direitos e melhoria de serviços de primeira necessidade, bens e serviços públicos e universais: como transporte, educação e saúde. Nada que de longe remetesse a algum tipo de privilégio para a tão criticada classe média tradicional. Não bastasse isso, pelo volume e capilaridade das manifestações (...) Ainda assim, o questionamento sobre a origem das insatisfações populares prosseguia. De onde vinha tanto descontentamento, se os pobres nunca foram tão beneficiados? Se o Brasil estava, finalmente, se convertendo em uma sociedade de classe média? De novo, o recurso à tese de que a ascensão social produziu expectativas e desejos por mais ascensão prevaleceu. Precisamos reconhecer que a ideia de que mobilidade ascendente pode gerar conflitos sociais é uma tese nova, para falar francamente, é uma tese novíssima. Os estudos na área demonstram que a ascensão social tende a acomodar conflitos; seja pela melhoria efetiva das oportunidades em relação ao passado do próprio indivíduo ou de seus pais; seja pela famosa teoria de Hirschman (1973) denominada “efeito túnel”, no qual a experiência geral de mobilidade, quando aumentam as chances de ascensão de classes na sociedade como um todo, gera percepção positiva nos indivíduos e diminui a insatisfação com as desigualdades, a partir das expectativas de sua própria chance de ascensão (SCALON, 2014, p. 24).

A questão é que a construção da ideia de pertencimento à Classe Média está vinculada ao usufruto de garantias básicas por meio da prestação de serviços de qualidade em educação, saneamento, saúde, transporte e mais do que nunca, comunicação. Acontece que a chamada Classe C nem sempre consegue, assim como a chamada “Classe Média Tradicional” garantir

esse acesso a partir de investimentos de próprio bolso, com custos altíssimos. Como os serviços públicos de qualidade são escassos, seja a classe trabalhadora que hoje tem acesso em maiores proporções ao crédito, seja a classe média tradicional que sempre o fez, efetivamente, na prática, pagam e caro por eles, sem garantias de adquirirem bons serviços, o que de certa forma os motivou a sair às ruas nas manifestações de junho de 2013.

A renda dos meus informantes estando abaixo de R\$1.400,00 inibe o consumo de certos bens e serviços, como é o caso do plano de saúde. J.B. (20 anos) revelou em uma de nossas conversas que seu pai tem plano de saúde empresarial, mas como é participativo e o desconto vem em folha, eles praticamente não usam porque compromete a renda mensal, já exígua. A situação também é compartilhada pela família de V.D. que recorre ao serviço público, embora seus filhos trabalhem, pois os custos complementares do seguro saúde privado são muito altos. M.C., a manicure, não tem plano de saúde mesmo alcançando uma renda mensal de quase três salários mínimos.

Ainda que na região existam pequenas escolas e creches privadas, boa parte dos moradores tem seus filhos estudando em escolas públicas e a presença de universitários é quase que inexistente, pouquíssimos, considerando a margem de 600 entrevistas, onde 05 declararam cursar o ensino superior. Dentre eles, os filhos de V.D. que, por sua vez, estaudavam em instituições de ensino privadas às quais pagavam com bolsa do governo federal que ressarcirão logo após serem graduados. Dos entrevistados, apenas 10 dispõem de veículo automotivo em casa. Assim, mais uma vez tomando os estudos acerca das classes médias, encontramos déficits de recursos na região para garantir o pertencimento a tal segmento como enfatizam Kerstenetzky e Uchôa (2013):

Atualizamos a faixa estabelecida pelo autor para R\$ de janeiro de 2013, de modo a manter o mesmo valor real. A nova faixa ficou entre R\$ 1.315,00 e R\$ 5.672,00. Para observarmos o perfil socioeconômico dos domicílios no interior desse estrato, combinamos marcadores selecionados como distintivos da classe média na literatura consultada com a disponibilidade de informações na POF e assim selecionamos preliminarmente os seguintes marcadores: casa própria com padrões elevados de habitação; acesso ao crédito; educação universitária e demanda privada por bens providos pelo Estado. A inclusão deste último marcador segue percepção generalizada de que o consumo de serviços sociais no setor privado (especialmente, educação privada e plano de saúde) singulariza a classe média no Brasil, uma vez que aqui os serviços sociais públicos, apesar de universais, são insuficientes e insatisfatórios. Por trás desses marcadores está a intuição de Bourdieu de que classe média significa não exatamente um padrão de consumo, mas um estilo de vida, que envolve diferenciação/distinção: morar “bem”, ter uma educação “distintiva”, consumir serviços “de qualidade”, ter acesso a “capitais”, entre outros. A seleção das variáveis

resultou da combinação entre os marcadores e as informações disponíveis na base de dados, neste estágio preliminar de nossa pesquisa. Futuramente, pretendemos incluir indicadores de mercado de trabalho e itens de consumo de bens e serviços de modo a compor palheta mais matizada dos vários recursos à disposição desse estrato social (KERSTENETZKY, UCHÔA, 2013, p. 22).

A pesquisa etnográfica que empreendi não me fornece elementos que possam estabelecer uma discussão consistente acerca do pertencimento dos moradores da Grande Terra Vermelha como típicos sujeitos da tão propalada Classe C, mas me permite afirmar que, além da compra de serviços de educação e saúde não serem uma realidade de todos os moradores, as necessidades de consumo são grandes motivadores, especialmente no que toca a serviços de conexão à Internet para ações ainda que difusas pró-cidadania. Mesmo que na primeira fase das manifestações de junho de 2013 os jovens da região não estivessem sintonizados com a movimentação das ruas, a busca de direitos como consumidor de TIC's é incontestável por outras vias, sobretudo via PROCON.

É uma ironia, mas, em que pese a forte retórica antiliberal, foi nos governos Lula que mais se consolidou a saúde e a educação como business, o que pode ser constatado de (...) 2004, Foi nesse período que se estabeleceu uma forte associação entre a emergência da chamada “nova classe média” e uma suposta preferência pelas soluções de mercado na prestação de serviços de saúde e de educação (BAHIA, SALM, 2013, p. 116).

As políticas brasileiras de inclusão nas duas últimas décadas, em vários setores estão orientadas para a resposta por demandas historicamente conhecidas a partir da iniciativa privada. É assim quanto à educação e saúde como informa Bahia e Salm (2013), assim com o saneamento básico, vide a privatização do setor de energias que tornam mais custosos serviços de abastecimento de água e energia elétrica e não menos o setor de comunicações onde a TV a cabo, telefonia e acesso à Internet tornaram-se bens de luxo que os usuários pagam a duras penas.

Toda a reflexão que fiz na primeira parte desse trabalho acerca da opção feita pelo governo brasileiro em terceirizar a inclusão digital, quando repassou ao setor privado a responsabilidade indireta, mais efetiva de universalizar o serviço faz todo sentido se levamos em conta todos os debates travados hoje em torno da avaliação do termo “Classe C”. Como afirmei anteriormente, não me julgo em condições de discutir o pertencimento dos moradores da Grande Terra Vermelha a tal segmento, mas reconheço em suas experiências cotidianas todas as contradições levantadas pelos críticos ao termo. Os meus informantes se aproximam muito dos entrevistados de Vicente (2012) que diante da indagação acerca do seu estilo de

vida não reconhecem a expressão, na maioria das vezes afirmando que tem estilo próprio (VICENTE, 2012), ou seja, as representações de si mesmos ainda que analistas os identifiquem à Classe C, nova classe média tal afirmação não faz sentido na maior parte das vezes. “*Sou pobre mesmo*”, “*Classe média? Quem dera?*” são expressões comuns. Além de que a autoatribuição de *status* nos segmentos populares obedece a critérios de relativização cultural muito pontual estando sujeita ao que Barbosa (2003) chama de “lógica compensatória” que passa pelo assumir-se como pobre ou como “emergente” em situações específicas em que uma ou outra qualificação seja conveniente.

O que o trabalho etnográfico que fiz conseguiu identificar é a percepção por parte dos próprios moradores do consumo como o meio que os batalhadores usam para vivenciarem experiências de *bem-estar* e conforto. Seria mais uma forma de materialização do desejo de mudança que sua causa.

Em geral, o aumento na renda não sinaliza para os próprios entrevistados algum tipo de mobilidade social, mas somado a concessão de crédito, como uma possibilidade de ampliação do consumo e de melhorar a vida diária, atender a necessidades imediatas. A fala de um informante nesse sentido é bastante enfática:

*[...] Para estudar na minha época eu andava duas horas até a Barra do Jucu, para telefonar ficava uma hora na fila do orelhão, agora minhas filhas têm transporte na porta de casa, as duas têm celular e ainda reclamam. (Flávio, 38 anos).*

O consumo como experiência geral para o nativo é a oportunidade de reforçar o pertencimento ao grupo, a partir dele garante-se a participação em ritos importantes para a comunidade como casamentos, aniversários, formaturas, churrascos entre amigos e vizinhos. Mas do que o qualificar ao pertencimento à classe média, é tomado como uma forma de manter laços próximos,

*[...] Além dos critérios relacionados ao prazer, ao selecionarmos os bens partimos do critério daquilo que para nós é valioso, que nos representa para o outro. Uma das condições para a vida social é que todos os participantes compartilhem de um conjunto comum de expectativas normativas sustentadas e incorporadas, ou um imaginário social. Esse imaginário social é construído a partir de um tipo de entendimento comum, de modo que as coisas sejam de um jeito e não de outro. (VELOSO, SANTOS, 2009, p. 29).*

Não estou aqui investindo na tese de Porschman (2012) de que o consumo é que promove o morador de GTV à Classe Média, mas não posso deixar de registrar o que a etnografia enunciou tão veementemente: o fato de que o consumo é uma linguagem importante para a comunicação dos valores e anseios dos entrevistados. Neste sentido, a posse do computador, do celular da câmera fotográfica e, sobretudo, o acesso à Internet tornam-se importantes à medida que representam além da sensação mínima de progresso na vida material, sobretudo, a possibilidade de participar em pleno potencial da vida local. Circular nas malhas da GTV digital é requisito inegociável para o jovem da região alimentar suas redes de sociabilidade e, por todo um conjunto de condições estruturais, são garantidos por meio da compra e não como bens serviços públicos.

Diante da questão posta por Cohn (2013) acerca de qual projeto político teria esse novo segmento social que vê sua possibilidade de ingresso no mercado de trabalho formal menos difícil que em outros tempos e que encontra no consumo possibilidades ganhos sociais jamais alcançados e à reflexão de Scalon (2014) em relação ao reconhecimento de que emerge, ainda que de forma difusa, uma nova pauta de luta por direitos que movimentações de rua de julho de 2013 deram visibilidade, é possível identificar como prioridade de reivindicações desse segmento o direito ao acesso (ainda que seja pelo consumo) a certos bens (inclusive planos de saúde, educação privada, carro próprio, inclusive a possibilidade de consumir o que quiserem sem serem submetidos ao constrangimento do discurso moralizantes que denunciam o consumismo e pautam o comportamento político e ecologicamente correto). A sua identificação como classe C não muda a percepção ainda que prática que têm de que a inclusão mínima, para eles, só poderá ser alcançada como resultado de trabalho e, em muitos casos, endividamento. Entretanto, até mesmo o endividamento se justifica em nome de um bem maior reconhecido o tempo todo pelos entrevistados, que é alimentar as redes socioafetivas das quais fazem parte. Comprar o celular, pagar a conexão, assim como não deixar de participar do “amigo-X” no Natal e do “chá-de-panela” são equivalentes no investimento de uma boa interação social.

A categoria “capital cultural” de Bourdieu amplia a leitura meramente econômica da segmentação social, de forma que passa ser entendida como o conjunto de possibilidade de inteligibilidade, trânsito e distinção que ajudam a definir posições e projetos de vida em uma sociedade. Quando pensada na perspectiva bourdeana, a classe popular em relação à classe média não desenvolve um tipo de capital cultural onde, por exemplo, a formação escolar e

acadêmica é critério para distinção, seja do ponto de vista das condições materiais, seja do ponto de vista do *Habitus*. Com isso, a sua resposta à vida social seria sempre deficiente do ponto de vista da crítica política, assim como são reproduzidas condições de vida e trabalho precárias por falta de uma ação instrumentalizada para a mudança política. Talvez nesse sentido resida o grande argumento dos críticos à vinculação da Classe C aos estratos médios, uma percepção preciosista de certo tipo de capital cultural, o *Erudito*, como distintivo e indicador de possibilidades de ação social mais consequente. Entretanto, esse tipo de avaliação, embora pertinente em muitos aspectos, pode ser muito perigosa, uma vez que negligencia o fato de que os grupos populares são capazes de desenvolver seus próprios sistemas de pensamento e ação para além do que se considera erudição ancorada no acesso ao conhecimento acadêmico, gosto “refinado” e “consciência” política. Outro perigo também é a frequente associação do consumo à alienação, especialmente entre os mais pobres. Todo o tempo que passei na GTV me permitiu observar que, a partir do consumo e da precariedade, os moradores estabelecem performances genuínas, desenvolvem sistemas de trocas, organização e ordenação da vida cotidiana complexos, que, muitas vezes, são tomados por analistas como residuais e formas reativas e pouco emancipadoras de lidar com a exclusão.

As sapiências populares não representam nesse sentido apenas táticas desesperadas de sobrevivência, são agências criativas e originais. Uma série de aprendizagens desconhecidas por outros segmentos sociais é desenvolvida, dentre eles, certo tipo de competência para o consumo. Ao contrário do que apostam muitos analistas, o consumo nesses grupos não é irracional e desenfreado. Ele é feito a partir de uma série de cálculos monetários e relacionais onde são avaliados com muito critério os custos e as demandas de investimento na vida social. O “consumismo” pode revelar-se melhor estudado, um denso e rigoroso repertório de ação, e o seu aprendizado dá-se na linguagem do consumo onde, por exemplo, os mais jovens aprendem que é importante lutar pela posse de certos bens para ser aceito pelo grupo e também transitar por outros. Como já mencionei em relação aos celulares e computadores, formas de hierarquização tradicionais são reificadas pelo consumo que não apenas destrói a originalidade com imposição externa de valores via propaganda. As próprias lutas por mudança de valores tomam a linguagem do consumo como a motivação para a emancipação e melhoria de vida sinalizada não pela posse meramente ostentatória de certos bens, mas pelo efetivo bem-estar e conforto doméstico que proporcionam.

[...] Os usos e apropriações da tecnologia computador é um tema muito pouco associado a camadas populares. Um dos preconceitos em relação a essa população aparece na atitude de se enfatizar a lógica da “falta”, o que levou ao pouco interesse em se realizar pesquisas sobre o consumo popular e a uma dominância de estudos sobre “estratégias de sobrevivência” no campo das ciências sociais até os anos 80 (BARROS, 2007, p. 18).

Sahlins (2003) pensando a cultura ocidental e o “pensamento burguês” (*le pensée bourgeoise*) ressalta a necessidade de se trabalhar com a ideia de que existe uma “razão cultural” e não somente uma “razão prática” na construção dos hábitos de consumo, especialmente entre os mais pobres. É preciso superar a associação frequentemente feita entre saber cultural e necessidade de sobrevivência. Há produção simbólica onde Boudieu só reconhece imitação e elaborações racionais residuais e reativas. Dessa forma, o que Souza (2013) chama de “capital das relações sociais” que as classes médias supostamente desfrutam e que garantem seu trânsito e permanência no mercado de trabalho, acesso a certos bens e serviços e reconhecimento social não é uma exclusividade deste grupo. Pensando ainda a partir do consumo, é possível identificar nos grupos populares uma série de associações sendo alimentadas e impulsionadas. Os mais pobres formam e movimentam amplas redes de solidariedade e distribuição de bens. Sacoleiras, consultoras de Avon e Natura, esteticistas, manicures, os próprios técnicos que fazem o “gato” de TV a cabo e Internet, o pequeno comércio de alimentos e entretenimento empreendem práticas de inclusão ainda que seja no mercado de trocas pela via informal que permitem que as pessoas comprem roupas, utensílios domésticos e itens de necessidade básica. As pessoas com crédito comprometido fazem redes de trocas, outras emprestam “nomes”, desenvolvendo amplos sistemas de consumo compartilhado (consórcio de cosméticos, eletrodomésticos, distribuição de créditos de celular, o *beeping*, dentre outros). Ou seja, uma rede de “conhecimento” que torna possível a aquisição de bens mais baratos e com condições de pagamento mais flexíveis, (o cartão de loja ou crédito do parente que serve a todos, o usufruto de bens em compartilhamento: TV a cabo, carro, espaços para lazer e festas, vestuário, etc.).

Apoiado em Charles Taylor e Weber, Souza (2013) enxerga como parte da experiência de cultivo da “rede de capital cultural”, no caso da classe média, a possibilidade de fuga do que chama de “estigma da indignidade”. Ou seja, “ter conhecimentos” (reconhecimento de pares em posições estratégicas e privilegiadas que favorece o trânsito nas relações sociais) atenua a exclusão do grupo social por perdas materiais. Consegue-se uma avalista mesmo sem ter renda, uma nova colocação no mercado de trabalho por ajuda de um conhecido se a rede é

mantida. Mas esse mesmo movimento pode ser percebido nos grupos menos favorecidos, o próprio trabalho de Granovetter (1979) atesta que, no mundo trabalho, a empregabilidade se garante mediante laços fortes com toda uma rede de pares e isso é muito comum nas classes populares. A própria constituição da Grande Terra Vermelha se dá com o acolhimento de moradores de parentes vindos do interior do ES e de outros estados da federação. Um vizinho auxilia o outro em momentos de dificuldade financeira. Emprestar o nome para uma compra é algo muito sério que o sujeito da classe popular faz com frequência, seria no mínimo pedante da parte do pesquisador considerar esse tipo de prática uma mera consequência vil do sistema econômico, minorando o valor moral e cultural que representa para uma comunidade carente. Tais práticas ainda que arriscadas (sujar o nome é um grande perigo do ponto de vista legal e social na percepção nativa), basicamente estão voltadas para retroalimentar relacionamentos locais, vemos assim, que a ideia de dignidade diz respeito à vida da e na comunidade. Poder comprar esse ou aquele bem no nome do vizinho não é algo simples, reafirma o crédito negativo de quem o solicita, minorando sua dignidade temporariamente, mas o esforço torna-se legítimo porque tem como finalidade menos para parecer com a “patroa” que mora na Praia da Costa (bairro nobre da cidade) e mais para acompanhar a vida na própria comunidade. Dessa forma, por uma via não tão convencional são empreendidas uma série de ações afirmativas a partir do Consumo. Ainda que do ponto de vista do rigor no discurso de certa Ciência Política essas ações não sejam consideradas emancipatórias, seu valor na garantia da dignidade no olhar nativo é indiscutível. Não se trata de um movimento social articulado nos moldes já conhecidos, muito menos de simples iniciativas de cunho individualista, inarticuladas e sem consequências para a mudança da ordem social, mas sim de agências em rede. Tais agências em rede exigem um olhar menos preocupado com as dimensões institucionais dos fazeres e saberes populares, mais afeito ao imperativo colocado pelas categorias nativas.

Em outras palavras, implica em reconhecer que a dignidade em muito se vincula à possibilidade do consumo, uma vez que,

[...] Ser cidadão para o segmento emergente está alicerçado na ideia de ser o provedor ou a provedora, aquele que consegue nos termos nativos dos interlocutores da etnografia: “uma casa toda pronta”, “ter um nome limpo”, poder “emprestar o nome” e principalmente, ter a sua imagem descolada da imagem do marginal, do vagabundo (ZALUAR, 1994, p. 07).

Mais que indícios da fragilidade da terminologia Classe C, o que a pesquisa de campo me permitiu foi identificar a emergência de expressões identitárias e formas de associação ricas no cruzamento de duas experiências entre os jovens de GTV: a de consumidor e a de usuário de TIC's. Novos padrões de consumo parecem brotar genuinamente da grande demanda por tecnologias de informação, uma vez que seu alcance não se dá a partir única e exclusivamente de serviços públicos. E com esses, novas competências, habilidades e uma expertise para o consumo, desenvolvidas em franco diálogo com o cotidiano, com os dilemas da vida familiar, da sexualidade, das amizades que não podem ser ignoradas na discussão acerca da construção de identidades hoje na Região V do município de Vila Velha/ES.

### **3.2 A expertise para o consumo de conexões e a evidência de um tipo de consumidor**

Diante dos resultados da pesquisa etnográfica que me indicaram a relevância que a conexão e as experiências de consumo têm para os moradores de GTV, passei a concentrar meus esforços na compreensão da conjugação que faziam delas. Assim, atinei para o fato de que cerca de 80% dos informantes indicaram que a aquisição de conhecimentos sobre informática e navegação na Internet se fez por iniciativa própria e trocas entre pares. Esse índice poderia ser identificado também entre usuários de outros grupos uma vez que a competência para o porte da conexão e o manuseio dos meios para ela transcende as dimensões meramente operacionais. Tal avaliação se tornou possível no processo de orientação de uma pesquisa de iniciação científica que resultou numa produção monográfica quando Moura (2009) em sua etnografia em torno da sociabilidade gay em redes sociais, identificou uma série de habilidades que esses usuários desenvolviam no manuseio de equipamentos e na própria gerência de sua navegação no Ciberespaço. Estratégias como apagar o histórico de navegação e de mensagens do computador e do celular, selecionar *Nick Names*, o uso de perfis *fakes* e a constituição listas de contatos codificadas conforme tipo de interação e conteúdos trocados e acessados (listas para categorizar contatos com finalidades específicas como paquera, amizades, família, trabalho, escola, igreja, etc.) por homossexuais desenvolvidas na e pela navegação no Ciberespaço no intuito de burlar a vigilância, em função de constrangimentos sofridos em casa e no trabalho. Tais tipos de agências no cotidiano representam nada menos que um movimento exploratório intenso no que toca às possibilidades tanto do Ciberespaço como dos suportes para a conexão. Por mais que um curso de informática instrumentalize o sujeito para o acesso, é na prática que o domínio das TIC's vai sendo aprendido. E esse

aprendizado incide de forma determinante no processo de aquisição seja do modo de conexão, seja de sua base.

Embora os cálculos sejam por vezes mentais, com base em experiências anteriores, o mais frequente é que o processo de cálculo seja uma experimentação exteriorizada, brincando com a própria matéria-prima virtual. Turkle [1997] afirma que a experimentação lúdica livre é a forma de conhecimento própria às novas interfaces digitais, não apenas em mundos virtuais. Mesmo nossos familiares processadores de texto brindam-nos com uma infinidade de botões e solicitam nossa participação, sugerindo que, para sabermos o que fazem, brinquemos com eles (LEITAO, 2012, p.20).

Ou seja, é possível afirmar que os usuários, nas interfaces com a conexão, constroem habilidades que se tornam determinantes para a sua feitura de suas performances como consumidor em geral. Até mesmo porque é preciso reconhecer que “os significados dos bens de consumo derivam da posição que eles ocupam em um sistema de bens e a relação de sistema com um sistema de categorias culturais” (MACCRAKEN, 1990, p.153).

Seguindo o raciocínio de Maccraken (1990), usando o relógio Rolex como referência, se o substituímos, pensando o acesso à Internet, temos em um plano a distinção entre a conexão à Web em relação a outros tipos de comunicação como a carta, o telefonema, o SMS, noutro plano as categorias culturais associadas a ela. Assim, no âmbito da GTV, ainda que todas as modalidades mencionadas (carta, telefonema e SMS) possam cumprir a mesma função, o que torna a comunicação feita pela Internet a mais valorizada são os sentidos culturais que ela suscita: à Internet são associados certos atributos e pertencimentos como ser jovem, moderno, antenado, descolado, famoso, popular, autônomo entre outros. Se possuir telefone fixo alude à noção de progresso material familiar, o acesso à Internet sinaliza a emancipação em outras dimensões das experiências coletivas e pessoais (ser famoso, ter muitos seguidores em Redes Sociais como Facebook e outros por atributos que não sejam apenas a posse de certos bens, como também habilidades e competências relacionais, artísticas, estéticas, etc.).

As competências para o consumo de acesso à Internet por sua vez, além de associadas a um estilo de vida e embora possam, do ponto de vista técnico, ser aprendidas em cursos, têm o seu desenvolvimento mais efetivo na experimentação livre e em trocas informais e como afirma Jenkis (2008):

[...] O que consolida uma inteligência coletiva não é a posse do conhecimento que é relativamente estática, mas o processo social de aquisição que é dinâmico e participativo, continuamente testando e reafirmando os laços sociais do grupo (JENKIS, 2008, p.88).

Do ponto de vista do manuseio dos equipamentos, a fala comum nativa era de como se investia tempo no desvendamento das funções, por exemplo, de um aparelho celular. Os usuários dedicam horas de atenção a seus equipamentos, de certa forma empreendendo o aprendizado numa espécie de jogo ou “brinquedo” nos termos de Vigostsky (1999) que, em sua tentativa de compreender como se produz a linguagem, aposta na afirmação de uma dimensão lúdica, onde o sujeito em qualquer idade depara-se com novos códigos linguísticos como a criança com brinquedos com os quais cria ideias e consolida informações recebidas. Considerando que o conhecimento de objeto técnico pressupõe a alfabetização em uma linguagem específica e o consumo também demanda certo “letramento” para a sua atualização, não seria um delírio reconhecer que certo capital para consumo de TIC’s se evidencia quando pensamos dinâmicas de mercado hoje. Esse “capital mecatrônico” pode ser uma habilidade importante para a inteligibilidade de muitos jogos linguísticos empreendidos em nosso tempo (Wittegnstein, 1988). Ele instrumentaliza o sujeito para a vida social em vários sentidos, seja na fluência na circulação em diferentes redes sociotécnicas, seja na economia da conexão e nos diversos processos de compra. Os relatos que ouvi atestam isto. Maccraken (1990) assinala que o desenvolvimento de certas faculdades por parte do consumidor nos processos de aquisição de certo tipo de bens é um fato e toma a noção de “consumo curatorial” para pensá-las. No consumo de tipo curatorial o comprador seleciona os bens a partir de cadeia de significados que vão sendo recriados no processo de aquisição. O geek<sup>80</sup> pode ser considerado um consumidor de estilo curatorial em certa medida, porque é capaz de não apenas adquirir novas habilidades exigidas por novos equipamentos lançados no mercado, como também de remontar a cadeia histórica de produção e uso de tecnologias mecatrônicas. É o caso do Dettman que, embora domine as regras dos jogos interativos online mais recentemente lançados, frequentemente lança mão de sua memória de “consumidor de TIC’s” para remontar os jogos e equipamentos mais antigos (Atari, Pac Man, etc.), bem como as primeiras formas de comunicação online do tipo *I Seek You* aporuguesado: ICQ , *Microsoft Service Network* (MSN), Orkut, etc. Mas o que desejo chamar a atenção não é

---

<sup>80</sup> *Geek* (pronúncia no AFI: [ˈgi:k]) é um anglicismo e uma gíria inglesa que se refere a pessoas peculiares ou excêntricas, obcecadas por tecnologia, eletrônica, jogos eletrônicos ou de tabuleiro, histórias em quadrinhos, livros, filmes, animes e séries. GEEK. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Geek>>. Acesso em: 10/09/2014.

apenas para a capacidade que o consumidor constrói de estabelecer cadeias crescentes de memória e correlações entre objetos/produtos de um mesmo campo. O que deve ser considerado é o fato de que, assim como o consumidor especializado de vinhos, café e antiguidades, o consumidor de TIC's (e a conexão à Internet é uma delas) desenvolve modos de avaliação e escolha muito particulares, que estão ligados a certa forma de pensar a sua própria vida a partir das possibilidades colocadas pelas próprias TIC's. Mais que o domínio técnico da cadeia de produtos que possibilitam a conexão, as habilidades que o consumidor desenvolve têm relações com os usos sociais que faz dela.

Mais que saber remontar a partir de certo ponto a trajetória crescente do desenvolvimento de Games a partir de certo recorte temporal, Dettman sabe explorar as potencialidades desses produtos por meio de cálculos que são desenvolvidos dentro de um sistema cultural. Seu conhecimento técnico adquirido seja por via prática ou formal e a sua apropriação cultural expressa nos usos sociais é que definirão suas novas aquisições.

A aquisição de aparelhos celulares Xing-Ling<sup>81</sup> em Terra Vermelha é um bom mote para pensar a questão. Mesmo sendo mais baratos, os celulares piratas são mais comuns entre os usuários que não podem ou não fazem questão conectar-se a Internet por meio deles. Os adolescentes, cujos pais ainda não autorizam ou pessoas de qualquer idade que de fato não têm interesse nesse tipo de operação. Esse tipo de equipamento atende a certo tipo de demandas de comunicação local. Mas quando se trata de conexão à Internet são frequentemente rejeitados, não apenas pelo fato de não serem originais, mas, sobretudo, porque não conseguem efetivar o acesso ao Ciberespaço. O que os usuários deste tipo de aparelho que gostariam de ter acesso à Internet fazem em muitas situações é negociar seus créditos em ligações, trocando-os por certo tempo de navegação (acordado entre as partes) por meio de smartphones originais de irmãos ou amigos. Como o tempo de navegação normalmente vale mais em moeda de troca nativa que o despendido em ligações telefônicas, o

---

<sup>81</sup> Xing Ling é um termo empregado no Brasil para distinguir um produto genérico ou falsificado (copiado) de grandes marcas (imitação), tais como Nokia, Samsung, Apple Inc., Sony, Kingston e outras menos conhecidas, dos quais não se sabe a origem, pois a sua procedência é duvidosa. Geralmente são fabricados na China, pelo famoso clichê "Made in China". Também são conhecidos como produtos de custos, qualidade, sistemas, durabilidade e vida útil inferior, por causa da própria política da China de desvalorização da moeda local (yuan), e por isso, concorrem deslealmente com marcas famosas bem conhecidas. Está ligado estreitamente com a pirataria. Os exemplos mais conhecidos são os MP3 Player, MP4 Player, MPx Player, Brick Games e Polystation. O termo correto para as imitações "Xing Ling" e fábricas de imitações, que é usado em outros países e na própria China é Shanzhai. XING LING. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Xing\\_Ling](http://pt.wikipedia.org/wiki/Xing_Ling)>. Acesso em: 23/03/2014.

acesso precisa ser otimizado, privilegiando os domínios ou funções mais convenientes no momento, ou ainda, dependendo do site que foi acessado, ter habilidades de apagar histórico de navegação, dominar mecanismos de resgate ou transporte, produtos que “baixou” para outros equipamentos, etc. Enfim, uma série de operações baseadas tanto numa razão técnica, quanto relacional precisam ser empreendidas para o sucesso da navegação.

Cada grupo desenvolve a partir das interfaces de tecnologias e categorias culturais locais habilidades mecatrônicas independentemente dos processos de consumo, neste sentido, aplicativos como o *Waze*<sup>82</sup>, uma ferramenta desenvolvida para smartphones que, além de servir como jogo, permite a interação entre os usuários para a troca de informações que auxiliem condutores de veículos a identificarem engarrafamentos, acidentes e fluidez no trânsito é frequentemente usada no Brasil para alertar sobre pontos onde estão sendo realizadas blitzes ajudando assim os condutores que tenham feito, por exemplo, o consumo de bebida alcoólica a burlar a Lei Seca. “A *Campus Party* com ‘jeitinho brasileiro’ mostra além das novas tecnologias, os gostos e as necessidades do brasileiro em relação à Internet.” No último evento, foram apresentadas ferramentas para a auxílio na resolução de problemas cotidianos simples, “desde um aplicativo que ajude a inclusão social de pessoas nas periferias ou saber se onde você vai passar para a faculdade e/ou trabalho está alagado em dias de chuva<sup>83</sup>”.

Assim, a cidade torna-se um lugar de experimentação também de TIC’s não só pelos atores individuais como pelos coletivos, uma vez que nela diante das tensões e instabilidades nas relações que revelam interesses diferenciados sendo negociados em espaço público. (PARK, 1979).

O consumo de acesso à Internet como de outras TIC’s apresenta-se não apenas como uma prática, mas também como uma possível presentificação da noção de *lugar* (BRIGGS, 1981, p. 78), repleto de sentidos locais e, capaz de refletir dialogicamente elementos globais. Como não se restringe ao ato da compra, o consumo acontece processualmente, ele se corporifica no próprio usufruto da conexão onde emergem os elementos que servirão de base para novas aquisições no próprio intuito de prolongá-la. Ou ainda se tomarmos o consumo não como lugar *per si* podemos pensá-lo como vetor a partir dos qual categorias nativas se corporificam

---

<sup>82</sup> Conferir em: WAZE. Disponível em: < <https://www.waze.com/pt-BR>>. Acesso em 05/07/2014.

<sup>83</sup> Disponível em: <<https://brasileirissimos.com/campus-party-com-jeitinho-brasileiro/>> Acesso em: 05/08/2014.

na complexa “ocupação” simbólica de um território. Pelo Consumo, os sujeitos podem construir o lugar a partir de suas categorias nativas.

[...] Na variação mesma dos eventos possíveis, existe uma estrutura que torna o espaço apenas mais uma dimensão do social. Para proceder a seu levantamento é necessário registrar as categorias através das quais os usuários se referem aos diversos recortes que distinguem e observar o que neles fazem ou consideram factível (MELO, VOGEL, SANTOS, 1981, p.48).

Uma das formas como as categorias nativas em interface com as TIC's podem se corporificar e criar *lugares* culturalmente cognoscíveis é no Consumo, por meio do desenvolvimento de habilidades específicas. Nesta direção, me recordo que, durante uma entrevista, enquanto conversava com o informante, inúmeras vezes o celular dele tocou. Numa delas alguém chamou e desligou para que ele retornasse a ligação. Essa prática é comum no que toca à economia de conexões na região e em muitos outros lugares, onde os usuários garantem a conexão numa troca solidária: quem tem créditos retorna a chamada de quem não tem e/ou empresta o chip do seu aparelho para que possa ser feito o acesso à Internet em outros. Entretanto, esse tipo de troca não é livre de conflitos. Certa etiqueta é desenvolvida entre pares, como acontece em Botswana, onde o toque para o retorno da ligação é chamado “*beeping*”, homens não podem “*beepar*” para mulheres, ainda que tenham menos dinheiro que elas, jamais podem se deixar “bancar”. Na GTV, as questões de gênero não são tão ressaltadas nesse processo de trocas, mas há certo controle no que toca ao “abuso”. Só pode fazer o “*beeping*” o parente próximo ou o externo que retroalimenta a troca. Quem nunca retorna e só “*beepa*” é excluído do círculo de conexões, ainda que temporariamente.

Este caso é um exemplo claro de como a administração do poder de conexão pode representar em termos de redução de custos e ampliação do potencial de consumidor se valendo de arranjos sociais e não os anulando. A frase-padrão dita a mim pelos interlocutores era “meu celular está sem crédito”. “Uma estratégia tradicional e normativa, não subversiva, para contornar essa situação é fazer ligações a cobrar.” (SILVA, 2010, p. 35). Assim, fazer valer sua expertise mecatrônica entre outras coisas, implica em manter por maior tempo possível a conexão sem aumentar seu custo.

[...] Essas “práticas de subversão” que tendem a inverter as relações de poder entre usuários e operadoras de telefonia celular. Pude perceber que “burlar as operadoras” era parte de um discurso de narrativas de proezas e de êxito. O “burlar as operadoras” pode ocorrer por duas vias: uma mais passiva, por assim dizer, na qual se tira vantagem das falhas técnicas e erros administrativos das operadoras – porém, está

presente a satisfação pela subjugação do inimigo; e outra mais ativa, na qual se provoca alguma pane por exemplo (SILVA, 2012, p. 75).

Tais práticas assinaladas por Silva (2012) de alguma forma se assemelham ao “*spoinling*” (JENKINS, 2009), que nesse caso seria a busca de forma intuitiva de brechas nos sistemas para tirar proveito deles. Esse tipo de “subversão” não é algo novo no campo das tecnologias de informação. No Brasil, esse tipo de conduta era comum, quando usuários descobriam formas de manter telefones públicos (os “orelhões”) em sistema “direto”, quando poderiam ser usados até mesma para chamadas à distância sem custos. A malha de serviços de conexão no Brasil é muito ampla embora não dê conta da universalização, estamos falando de um país de proporções continentais, dessa forma, com uma margem de lucros ampla e garantida, as operadoras não conseguem manter um sistema de controle rigoroso, e ainda que o fizessem, os usuários são numerosos e criativos e encontram falhas o tempo todo, mesmo não sendo especialistas por formação técnica e acadêmica. Mais um indício de que essa competência para a conexão tem nuances de um tipo de indiciarismo por erro e acerto construído no dia-a-dia. O fato é que é preciso levar em conta que “os interesses de produtores e consumidores não são os mesmos. Às vezes eles se sobrepõem. Os usuários são os maiores aliados dos produtores, como podem ser seus piores inimigos.” (JENKIS, 2009, p. 92).

Do ponto de vista da dimensão material do consumo do acesso à Internet, a partir da pergunta relativa à marca e ao valor dos celulares que os informantes possuíam, mais que dados de especificação, recebi extensas aulas de compra, que mostravam as vantagens desse ou aquele modelo e/ou marca que revelavam um conhecimento detalhado de funções que dificilmente um manual me ofereceria. Mesmo os comerciantes da região afirmaram que normalmente o cliente já sabe o que quer comprar e quando, por exemplo, caem na armadilha da aquisição de aparelhos “Xing-ling”, já o fazem sabendo das consequências, mesmo assim voltam querendo barganhar garantias que sabem não terem sido acordadas no ato de compra.

Transcrevi conforme grafia dos próprios informantes as respostas à pergunta “Qual é a marca e a especificação do seu celular?”:

*nokia lumia 200 Samsung Galaxy Y SASUNG Y Galaxy mini Samsung Motorola ,camera, bluetooth, android, mp3, Samsung Galaxy Y cor Sansung star 2 alcatel dois chips samsung galaxy beam sansug samsung galaxy samsung galaxy gt\_st5360 LG. lgjfxmmmotorola ex-430 Samsung Galaxy Y Young GT-S5360B sony ericson LG marca LG E L5 LG C365 Motorola com camera, bluetooth, mp3 player, radio fm. IJHIMKI samsungue motorola*

Samsung samsung. Digital. samsung galaxy duos chip... Smartphone black barrynokia c2 samsung, é simple só mesmo pra ligar Motorola .lg optimus l3 samsung Chat222 vivo nokia x2 Motorola Ex 109SANSUNG samsung Nokia asha 200 Samsung Galaxy S II IITE GT-19070 Samsung galaxy y young samsung , que troca a capinha de cor e tem acesso a internet ... LG L5 – android LG, ele é token skin Motorola Defy mini SAMSUNG - nao tenho LG sansung não tenho Nao tenho #EUUUUUUUUUUU NÃO TENHOOOOOOOOOOOOOO CELULARRRRRRRRRRRRRRRRR..... samsung dual chip sansungenokia lumia 200 nokia x2-01 nokia 200 lg sansung samsung galax Samsung Galayx LG Optimus L3 MOTOROLA EX139samsung ch@t Motorola Gt-s6102 Samsung Galaxy mini samsung galax pocket sansung, aparelho simples. Motorola samsung galaxy, Samsung Samsung Smartphone Galaxy Pocket GT- S5300B Samsung Galaxy LG c365 Samsung Galaxy Nokia x2Samsung Gáaxy y. Não tenho celular. Samsung - ch@t 527 L Modelo: Lg-P350f, Android 2.2 Versão Software: LG-P350f-V10ª Nokia- 202 NOKIA-x2 01 Samsung Galaxy Pocket LG com Android meu aparelho e LG t375 smartphone motorola LG t375 Motorola EX108 nokia asha 201 Motorola EX109 no momento eu estou sem aparelho celular. Motorola, XT317 dual chip, android 2.4 samsung galax Y GT-S5360B nokia 311 NOKIA SAMSUNG smartphone LG Nokia, simples!Samsung Galaxy y LG L7 (P705f) sansung c3510 vodafone multilazer, dual chip, com camera, radio e mp3. LG P698f ZTE nokia motorola EX18 motorola. Ele é de um chip tem câmera.NOKIA 200 Samsung Galaxy Pocket Android 2.6 Smartphone Nokia X2 LG c199 Samsung, com acesso a rede sociais, MP3 , camera.. etc-lg t375E71 OPTIMUS L3 Samsung Galaxy Ace GT – S5830B Sony xperia, tudo sony ericson XPERIA 2.0. LG OPITIMUS samsung GT-E 2220 chat 222 lg e612f Sansurg chat. Smartphone LG lg e sansung galaxy s5360b nokia 200 nokia SANSUNG-GALAXY S2 LITE Samsung GT-B7320L SAMSUNG marca: lg É mais usado para ligações e envios de torpedos. Sansung Galaxy mini Androido 2.3 MOTOROLA Samsung Galaxy Ace Samsung Samsung galaxy y LG Optmus l5 sansung sansung galaxy acer duosnextel nokia x2 samsung corby 2.LG - Optmus mebl-5j nokialg-e400fSAMSUNG GT-15500B motorola com camera internet etc... NOKIA asha 200 samsung380 samsung galaxy y Huawei smartphone sansung ace samsung galaxy sII lite LG Optimus L3 (E400) Celular LG DUAL SIM GPS ANDROID WIFFI samsugui galaxy s3 HJJKGHI Não,sei neste momento a marca. Samsung Nokianextel lg optmus l3 Sansung Mob!le Ch@t 222 GT2220 sansung. não tenho SONSUNG MOTOROLA EX-108 lg SamsungNOKIA asha 305 Samsung GT-S3850 nao interessa NOKIA Multilaser Samsung Galaxy Acer duos LG-X335 Dual chip, com câmera, radio, MP3, Bluetooth, Teclado Symbian, wi-fi, roteador e videos em Alta Qualidade samsung galaxy chimguiling Motorola,com dois chips.Nokia 200 LG T375 Nokia 308 nokia 2690 não sei....3 chips, não é de toque. Samsung Samsung Galaxy y LG optmus l3 nokia asha 305 Alcatel huawei LG L7 lg sem muitos recursos mais ligação e mandar sms lg 375 LG L3 LG-e400f xinguilingue Nokia X2 LG Motorola, XT317

“Qual marca/modelo de aparelho de celular que você gostaria de ter hoje?”

Hifone ele é vermelho e nokia dijital nao gosto de celular nokia com o valor de mais de 1.000 \$ smartphone ultima geração galax minenao sei sansug galax apple galaxy ifone nokia galax S4 samsung galaxy ifoni SANSUNG galax 4s Nokia Lumia 960 Galax 2 nenhum apenas o galax lg p525 iphone V o que eu tenho motorola digital lg otmus Galaxy SIII samsung galaxy S3 samsung galaxy S4 sansungcomputador galax 5 um smartefone peraped sansung dual 2 chips iphone apple nokia lumia smartphone sons hog aparelho celular movel sansung galax iphone 4 ou nokia lumia galax zum galax SIII galaxy S4 galaxy S3 nenhuma Iphone 5 samsung nextel lg apple galaxy o mesmo iphone 4s não sei sansung iphone iphone 5 iphone 4

samsung galax Samsung smartphone dois chips samsung mesmo samsung galaxy S4 novos modelos do samsung smarthphone iphone xxtablet samsung galax 4S Galaxy S2 apholmine galaxy III LG Não sei Samsung galaxy s4 o meu ta bom iPhone lucas cosklwd[qpdasr Samsung /Galaxi 3 MP5 BOM O CELULAR QUE JA FIZ O PEDIDO E O LG OPTIMUS L5 ex 109 Gostaria de ter um galaxy. Sansung Galaxy SAMSUNG GALAXY SIII sansug iPhone 5 Black Diamond (ou Diamante Negro) samsung galaxy aplle Samsung Galaxi 2 Iphone Smarthphone samsung galaxy s3 samsung galaxy s4 Tablet samsung galaxi Galax TR9UOLÇ SAMSUNG samsung galaxy s4 smarthphone dual chip Samsung Galaxy Win Duossamsung galaxy sIII galaxy grand duos Smartphone black barry samsung galaxy S4 lançamento...do ano... gostaria de ter um celular com teclado lateral, mais estou satisfeita com o meu aparelho telefônico. não sei. iPhone 5 GALAXY S3 um mais simples Nenhuma, estou satisfeita com o meu aparelho celular. iPhone 5S \*-\* nehum o meu ja ta bom samsung galaxy s3, nokia lumia, lg optimos Qualquer um. Tendo camera e acesso a internet. Samsung Galaxy SIV Iphone sansung galaxy s3 KIUIOJ Iphone 5s \*samsung samsung galaxy s4 não tenho Samsung galax sansung galaxy grand NÃO SEI samsung galaquiz galaxi. um que funcione Samsung Galaxy Grand GALAXY Y Nokia Lumia 920. galaxs samsung galaxy simples sansung no momento eu não sei. Galaxi samsung galax galax S4 light sansung galaxis IPHONE Não tenho preferência Um celular com a nova tecnologia 4G Estou satisfeita com o que tenho. Galaxy not galaxy LG, COM INTERNET RÁPIDA iPhone 5s android nenhum ja tenho o que eu queria não quero trocar galax pocketsamsung galaxy iphone 5 Samsung Galaxy notebook sansung galax nokia lumia 800 i phone SAMSUNG GALAXY smarthphone IPHONE. nokia esmarte fone iphone sony Smartphone dual chip ou mais. Tablet Smartphone, nokia lumia, samsung galax s3 , o meu estar bom . Nenhum samsung gt-s3650 TO SATISFEITA COM O MEU NENHUM Samsung Galaxy s4ex109 nokia N8 Galaxy s3 Galaxy s4 nao sei Um sansug galax de tocar na tela. Nao sei ainda estou avaliando alguns Sansung galaxy S4 galaxy s5 galaxy s3 nokia 920 Nokia da prada nokia Já tenho o que eu quero. um Smartphone, com toda tecnologia!!! IPHONE OU APLE lg optimous 17 --- smartphone dual chip ALCATEL nenhum, o meu celular ja está bom Galaxy lg optimus Samsung s3 Um lg mais avançado. Motorola com android e uma camera boa. Galaxy 5 Galaxy SIII sansung galaxy s2 android Smartphone Samsung galaxy nokia 200 Lg optimus L5 nokia lumia 900 ou LG L7 Samsung Galaxy S2 Samsung Galaxy S4 Samsung Galaxy NÃO SEI smartphone SAMSUNG GALAXY NOTE GARLET S5 Samsung galaxy s gosto do meu celular mas preferiria se fosse da nokia ... iPhone 5S ou Samsung Galaxy S4, Iphone NENHUM JA TENHO OQ EU QUERIA Samsung Galaxy SIII mini O MESMO QUE TENHO HOJE. Galayx s4 iphone6 samsung galaxy y. nenhum o meu ta boom LG Optmus 4G Queria ter um GALAXY S4 da SAMSUNG samsungue, nokia esse mesmo lg optmus l5 Samsung SY sei la samsung Nokia Samsung Gálaxy SIII. Smatphone kyttrb Samsung, Galaxy Grand Duos smatphone apple lg SANSUNG galaxi y nokia digital Samsung Galaxy SIII IPHONE 5 Samsung Galaxy Tab2 7.0, Samsung Galaxy Note II, Samsung Galaxy S IV, Samsung Galaxy Grand ...IPHONE 6 SAMSUG GALAX Y Samsung icesamsung galaxy um celular normal que de para ligar, esta muito bom não sei smartphone samsung GFHDF GALAX SANSUNG - GALAXY S4 SMARTHEPHONE sansung, bem mais avançado. sansung garlet Motorola, Razr D1. LG – Optimus-me sansung s3 O que eu tenho já está ótimo Samsung Samsung Galakis iPhone 5 LG L7 L5 Android Apple Iphone 4 ou um LG L7 LG a marca que eu gostaria de ter e aphone .

Embora na fala dos informantes seja possível identificar algum encantamento quando falam sobre o Iphone, na prática, a marca de aparelhos celulares que é mais usada por eles é a

Samsung e a justificativa é bem prática: ela tem mais aplicativos e não tem códigos fechados, permite a acoplagem a outros dispositivos que não sejam da mesma marca, inclusive Xing Lings. Este tipo de avaliação é muito importante na definição da compra. É preciso ter a garantia de que o equipamento que será adquirido realmente sirva à finalidade maior que é manter viva a movimentação das associações na região. O Iphone, por exemplo, no compartilhamento de imagens via Internet com outros aparelhos possui restrições, nem todo equipamento é capaz de decodificar suas resoluções. Como cada um tem o aparelho que pode conforme poder de compra e posição na hierarquia de relações sociais, uma forma de garantir o pertencimento é optar pela aquisição de equipamentos de marcas que restrinjam o menos possível as interações.

Por estas e outras considerações é que não se compra um equipamento para a conexão (PC de mesa, tablet, celular) somente por impulso consumista. O potencial consumidor de TIC's de GTV, pelo menos uma parte considerável dos informantes, assinala a aquisição como um fato social complexo, onde a escolha é fruto de um investimento em pesquisa acerca dos modelos disponíveis, ao mais usados, os mais eficientes para as necessidades do comprador e, lógico, o que cabe no seu bolso.

Neste sentido, Peter Walsh (2003) propõe a noção de “paradigma do *expert*” que ajuda a pensar o desenvolvimento de competências específicas para o manuseio e por que não, o consumo de TIC's,

[...] Nossas suposições tradicionais sobre expertise estão se desfazendo, ou pelo menos se transformando, por meio dos processos mais abertos de comunicação no Ciberespaço. O paradigma do expert exige um corpo de conhecimento limitado que o indivíduo possa dominar. As questões que se desenvolvem numa inteligência coletiva, entretanto, são ilimitadas e profundamente interdisciplinares, deslizam e escorregam através de fronteiras e induzem o conhecimento combinado de uma comunidade mais diversa (WALSH, 2003, p. 15).

A competência para a navegação implica o domínio de equipamentos usados para a sua efetivação, dos custos que ela demanda, dos impactos e expectativas sociais que ela gera nas relações diárias e na gestão de si. Ou seja, é um processo complexo embora pareça banal e funcional.

A construção dessa expertise é negociada culturalmente. Muito mais que expressão do domínio de um epistema técnico-científico (FOUCAULT, 1990) que controla corpos e os

dociliza, representa a possibilidade de apropriação criativa que resulta na intensificação de categorias nativas. Cada grupo a desenvolve em certo sentido e embora guardem similaridades, as suas expressões coletivas não são idênticas. Há tantas expertises mecatrônicas quanto há grupos sociais. Esta percepção me vem como resultado da observação de uma comunidade em particular, ainda que possamos encontrar ressonâncias em outros agrupamentos, o que discuto aqui se trata a partir da experiência de consumo do acesso à Internet pelos jovens da Grande Terra Vermelha e a forma como operacionalizam essa expertise é que pretendo dar visibilidade.

### **4.3 A Bula do consumo de conexão e suprimentos**

No intuito de compreender melhor como se dava a compra propriamente dita da conexão e seus suportes, escutei vários relatos e maioria indicava que havia uma série de procedimentos que constituem o antes, durante e pós-aquisição. Eles são realizados concomitantemente, mas podem ser pensados como etapas distintas. Procurei ordená-las para a apresentação, mas na prática o processo é bastante complexo e tudo acontece quase que ao mesmo tempo.

#### *4.3.1 O tipo ideal*

Ao entender que precisa adquirir o serviço de conexão e/ou os suportes para tal, o consumidor constrói uma espécie de imagem mental e ideal do que lhe atenderia. Quer um celular para se conectar à Internet, então precisa ter câmera fotográfica já que uma das operações mais valorizadas é a postagem de imagens no Ciberespaço, pode ter portabilidade para dois ou mais chips, deve ser pré ou pós-pago. O PC de mesa, o notebook e o tablet precisam ter o tamanho “x”, capacidade de memória para tais arquivos. A cor, o tamanho, o peso e o design ajudam a determinar a marca e o modelo escolhidos, não apenas sua capacidade operacional. A conexão precisa ser compatível com o número de equipamentos em casa e mesmo do espaço que vai ocupar e/ou a mobilidade do usuário, qualidade para navegação, rapidez e, em todos os casos, o preço. Essa fase é especulativa e porque pouco se conhece efetivamente acerca das ofertas no mercado e há um tipo de euforia na projeção do que deve ser a compra. É a etapa em que a compra é projetada e já vivenciada por fabulações.

#### *4.3.2 O repertório local*

O desejo de compra se desenvolve na convivência com os pares que já usufruem o bem, então é comum que se faça uma pesquisa entre os conhecidos sobre os alcances e limites de seus equipamentos e serviços, o manuseio, informações sobre custos e forma de pagamento, assistência técnica e mesmo os impactos sociais de seu porte (se as pessoas acham diferente, bonito, “filé”). A identificação com certas funções e design trazem dilemas porque nenhum equipamento/serviço é completo e assim, escolhas precisam ser feitas e sobre elas pesam muito a opinião dos pares, mais até que o conhecimento técnico. Há uma tendência à aquisição de modelos já conhecidos, que amigos ou parentes já usam ou os inéditos que estejam em suas projeções de consumo futuro.

#### *4.3.3 Os tutoriais como bula no Ciberespaço*

Parte importante da compra se dá na e pela Internet. É nela também que os potenciais consumidores vão pesquisar as diferentes marcas, séries e modelos de equipamentos, os tipos de pacote oferecidos pelas prestadoras, combos e valores dos serviços de conexão. As próprias empresas de eletrônicos e as operadoras têm apostado na produção de vídeos apresentando seus produtos, algumas mantêm canal de conversação online com atendentes e extensa é a lista de consumidores “experts” que opinam em fóruns e revistas temáticas sobre suas experiências com este ou aquele produto/serviço. A avaliação do modelo se estiver atrelado ao serviço de alguma operadora é importante não apenas pelos custos, mas também no que toca a qualidade do sinal, já que nem todos funcionam bem na Grande Terra Vermelha. Dificilmente se concretiza a compra sem passar por esta etapa. A pesquisa na Internet é traço definidor do consumo de TIC’s por motivos óbvios. Nessa fase, muitos mitos são quebrados, constrói-se uma percepção mais técnica que ajuda também na definição da compra por exclusão do que passa a ser julgado supérfluo ou inútil às necessidades do consumidor.

#### *4.3.4 A compra propriamente dita*

Embora a pesquisa na Internet seja quase regra para o consumidor de conexão da GTV, curiosamente muito pouco se compra na web. A parte substantiva da compra se faz normalmente em grandes lojas de eletrônicos como Casas Bahia, Ponto Frio, Eletrocity, Sipolatti, Americanas, Dadalto. Mesmo lojas do segmento de informática não são privilegiadas. Muito dessa preferência se justifica em função das condições de pagamento que os grandes lojões oferecem (maior número de parcelas, menos exigências para abertura de

crédito). Ao contrário do que afirma Korzaan (2003) acerca do fluxo nas compras virtuais, esse exerceria efeito positivo em função do comportamento exploratório como atitude favorável às compras online. O que não acontece no caso do consumo de TIC's na GTV. Como apresentei anteriormente, boa parte da compra no caso dos equipamentos é feita à vista e/ou parcelada. Mas além da visita aos quiosques das lojas, há também o comércio informal onde a aquisição pode ser modulada conforme a oportunidade de oferta e compra. No caso da compra em lojões, são idas e vindas estudando o aparelho e as condições de pagamento, até mesmo porque muitas aquisições são feitas em períodos específicos como o recebimento do décimo terceiro salário ou férias, o que permite certo planejamento e até mesmo a compra à vista. A escolha de marca e modelo se condiciona às condições de pagamento que cabem no bolso. É nesse momento que a euforia do tipo ideal de compra sofre impactos, mas permanece pelo resultado, seja ele qual for, desde que saia da loja portando o produto/serviço garantido. No caso do serviço de conexão, o processo de compra propriamente dita é mais rápido e feito sem necessariamente impor deslocamento, via telefone. Mas ainda que a pesquisa seja densa, não se exclui a compra que ignora todos os recursos técnicos, primando pelos efeitos sociais e de distinção que a posse do bem pode gerar.

#### *4.3.5 O pós-compra*

Muito da compra se define também pelos eventuais problemas que se pode ter com o equipamento/serviço no futuro. O consumidor de tecnologia já está calejado com a precariedade dos serviços que adquire. É muito comum a aquisição de aparelhos danificados e quedas no fornecimento do sinal. Assim, a assistência técnica figura entre as preocupações mais caras ao consumidor de TIC's. Evita-se ao máximo a dependência em relação ao SAC das empresas e muitas vezes o PROCON é rapidamente acionado, tendo em vista que ficar sem o poder de conexão é algo muito temido. Na busca por assistência técnica a volta à Internet para compreender melhor as especificações do equipamento/serviço adquirido é comum, ampliando mais o domínio da linguagem técnica, ainda que sem formalização. No usufruto de um bem pelo qual ainda está pagando, o consumidor já projeta aquisições futuras. É um eterno processo de ato e potência onde a “causa final” atual ou “em ato” já está grávida de outras aspirações de consumo. Assim, de pacote de conexão em pacote de conexão uma vida vai sendo programada tomando o consumo como vetor de práticas.

É claro que não é possível generalizar e afirmar que todo processo de compra dos informantes se dá nesse padrão, mas as similaridades nas informações são muitas e especialmente nos grupos focais, a concordância entre eles eram algo bastante comum. Embora guarde alguma proximidade com o modelo de Engel, Blackwell e Miniard. (2008), que afirma a existência de sete estágios pelos quais passam os consumidores para tomada de decisão: o reconhecimento da necessidade, a busca de informações, a avaliação de alternativa pré-compra, a compra, o consumo, a avaliação pós-consumo e o descarte, a compilação que fiz é genuinamente extraída das informações registradas em campo e não tenho nenhuma intenção de generalizá-las, abarcando todo o tipo de consumidor num único esquema.

A questão é que a aquisição da TIC's é uma prática marcada não apenas por um tipo de cálculo prático quanto à funcionalidade e custos, como por apelos de ordem emocional. O próprio processo de compra se torna um jogo, uma brincadeira. E comprar nesse caso não necessariamente é para si mesmo. É comum amigos, parentes participarem do processo, auxiliando na consulta, contribuindo com informações, experimentando juntos. Para Borelli e Rocha (2008, p. 31), pensar jovens e juventudes envolve considerar como estes “[...] inventam e se comunicam por meio de linguagens que lhes são próprias – e isto parece ainda mais evidente no uso das novas tecnologias, móveis e interativas.” O que inclui o processo de consumo destes bens.

O registro etnográfico de Silva (2012) destaca na fala de jovens de favelas do Rio de Janeiro o entendimento em alguns casos de que “é só mané que coloca crédito no celular.” (p. 74) nos remete a outra questão até então destacada por mim em relação aos “gateiros” e “técnicos” que nas comunidades produzem o desvio e redistribuição do sinal, mas essa competência para a gambiarra também é comum nos consumidores leigos. Em termos de desvio do sinal não encontrei muitos casos, mas agenciamentos em trocas de chip de celular, compartilhamento de sinal num mesmo quintal com parentes e vizinhos nem sempre são arranjados por terceiros, em muitos casos, os próprios moradores fazem a redistribuição a seu modo. São assim acionados o *Jeitinho Brasileiro* (BARBOSA, 1995) e a *cordialidade* de Buarque de Hollanda (1992), uma vez que negar a prática do “beeping”, não emprestar o nome limpo para a compra do amigo soam como conduta social duvidosa. Burlar a norma formal é menos grave que o contrato social subdito. Mas algumas dessas transações são pagas, por isso os informantes se recusam a chamá-las de gambiarras, chamam de “compartilhamento”, pois segundo eles não há roubo ou vantagens gratuitas. Nesse movimento da subversão, no fundo,

o que está realmente em jogo é como garantir o acesso por mais tempo e menos custos.

#### **4.4 Notas acerca da expertise para o consumo de TIC's na Grande Terra Vermelha**

Desde que cheguei ao campo, percebi que seus imperativos passavam pela grande relevância que tem o consumo do acesso à Internet entre os mais jovens e a reboque, a importância que a posse de determinados equipamentos de base para conexão tem para os nativos, especialmente os celulares. O entendimento de que a possibilidade acesso à Internet no Brasil está vinculada a uma política de mercado, uma vez que seu provimento é mediado por empresas privadas e a oferta de serviços públicos no segmento é inexpressiva é que me levou à avaliação de que é impossível discutir formas de conexão sem considerá-la por excelência, uma experiência de consumo.

Entendo que o acesso à Internet no Brasil hoje é uma das expressões da experiência de consumidor que os usuários vivenciam, dentre tantas outras. Entretanto, o contato com os jovens internautas da Grande Terra Vermelha sinalizou-me a possibilidade de construção de habilidades para o consumo peculiares. Obviamente compreendo que o consumo é um fenômeno complexo, existindo tantas formas de consumação quanto há bens e grupos sociais. Essa compreensão me permite pensar que podem sim existir particularidades no modo de aquisição das TIC's naquela comunidade e a sua descrição ainda que parcial e precária possa contribuir para a apreciação do fenômeno como conjunto de esforços de pesquisadores de distintas áreas do conhecimento.

Por sua vez, a afirmação da existência de um tipo de expertise desenvolvida pelos nativos implica lidar com algumas questões de ordem analítica, não tanto para resolvê-las, muito mais para propor a discussão em torno do reconhecimento de que independentemente da territorialidade, ou vinculada a ela, podem existir formas especializadas de consumo. Formas estas que não apenas dizem respeito ao capital técnico formalmente adquirido para tal (por exemplo, o consumo de softwares por programadores), mas especialmente pelo desenvolvimento de certas competências no próprio processo de consumo por leigos, pessoas comuns que por vários motivos tenham desenvolvido afinidades com certos bens/serviços.

Sobre a construção dessa expertise que permitiria empreendimento de performances diferenciadas de determinados consumidores em certo nicho de mercado, temos alguns

trabalhos que ressaltam, por exemplo, peculiaridades no consumo de produtos ligados à produção cinematográfica e televisiva, inclusive a partir do esforço de produtores:

[...] Investigações sobre a produção comercial do cinema, do romance-folhetim, da canção, da televisão demonstram essa busca cada vez mais intensa pelo consumidor, espectador, num processo que alguns estudiosos chamam hoje de sinergia dos meios de comunicação de massa, fidelização do consumidor de produtos massivos. Demonstram ainda o crescimento avassalador de segmentos deste público, aqueles que se destacam pelo alto índice de consumo dos produtos, pelo amplo conhecimento das características expressivas e de conteúdo (SOUZA, 2007, p. 07).

Neste sentido o trabalho de Gomes (2007) soma-se aos esforços de pensar o consumo de mídia televisiva numa perspectiva antropológica, da mesma forma que não é recente, no Brasil, o esforço antropológico de focalizar elementos culturais e ideológicos que presidem as práticas de consumo alimentar:

[...] Os estudos mostraram variações no consumo, conforme a oferta alimentar da economia de subsistência ou extrativa e a renda familiar de diferentes estratos, o que resultava numa dieta capaz de preencher níveis calóricos, protéicos e vitamínicos mais elevados apenas nos grupos de posição social mais alta (rendeiros e proprietários), em detrimento dos demais (meeiros, pescadores e alugados), cujo consumo de nutrientes deixava a desejar (CANESQUI, 1988, p. 39).

No que toca ao vestuário, Leitão (2007) discute a formação cultural do gosto e os seus impactos no consumo. E na apreciação do consumo de TIC's (celulares) os trabalhos de SILVA (2012, 2010). Em meus próprios investimentos em pesquisa já refletiam em (2004) as peculiaridades no comportamento do consumidor de serviços em saúde (Terapias Alternativas), enfim, poderia mencionar muitas outras iniciativas de mapeamento do consumo que o consideram uma experiência cultural e que dão ênfase em habilidades específicas para tal, que atestam que o esforço que procuro fazer aqui não é algo novo. Porém, para cada uma dessas pesquisas podemos lançar uma série de questionamentos de ordem epistemológica aos quais me proponho enfrentar neste momento.

Essa discussão possivelmente poderia começar na própria avaliação da formação do gosto e ou mesmo na Teoria do Conhecimento. Tomando as reflexões de Kant (2010) acerca das formas elementares do pensamento e a cultura como expressão de sua interface com a realidade empírica que posteriormente será muito melhor desenvolvida por Levi-Strauss (1975) a partir do estudo de comunidades tradicionais, apontando diversidade cultural como cristalização das possibilidades de externalização das categorias elementares em categorias nativas. Entretanto, não pretendo pensar o fenômeno nem na perspectiva idealista, muito

menos estruturalista. Entendo que essa expertise é um fato histórico, um produto da cultura que se constitui numa perspectiva fenomenológica, sujeita a contingências e intencionalidades em seus processos de apropriação diária.

#### *4.4.1 Capital Mecatrônico ou Expertise Mecatrônica?*

Inicialmente denominei esta expertise para o consumo de TIC's desenvolvida pelos moradores de Terra Vermelha "capital mecatrônico". O que chamei de "capital mecatrônico" de forma simples poderia ser definido como o conjunto de habilidades e competências que o sujeito médio ou o especialista de determinadas áreas do conhecimento precisa desenvolver para na e pela interface com os produtos tecnológicos de comunicação manter a vida social, psíquica e mesmo a sobrevivência material. Não se trata apenas do *Geek*, mas do sujeito comum de boa parte da Grande Terra Vermelha que se não detiver conhecimento mínimo acerca das funcionalidades de certos equipamentos de comunicação, terá sua sobrevivência nas associações profundamente comprometida. A sociabilidade historicamente entendida como um processo de comunicação na comunidade, atualmente é, direta ou indiretamente, constituída a partir de uma ampla gama de redes sociotécnicas e, boa parte delas, de alguma forma, mediadas ou "baseadas" em algum tipo de conectividade, na maioria das vezes mediada pela Internet. Há dispêndio de capital mecatrônico desde o zapear do controle remoto às gambiarras para desvio de sinal. Podemos falar dessas novas habilidades sem mencionar a Internet, mas a ênfase nela foi imposta pelo próprio trabalho etnográfico. Ela aparece como elemento que ajuda a forjar uma inteligência coletiva não pela posse do conhecimento, mas, o processo social de aquisição do saber.

Como os agentes não valorizam a suspensão, ao contrário, maximizam as demandas da vida prática em seus processos de conversação e trocas (a revolta com um serviço mal prestado, o desejo de extrair algum ganho financeiro ou evitar gastos, a curiosidade criativa não pautada pelo "discurso cartesiano do método", dentre outras motivações) não há preocupação em secretar a verdade, o que poderíamos chamar de "fato técnico" adquire significados diferentes segundo o tipo de rede no qual ele é inserido, sem o imperativo da uniformização dos resultados. Em outras palavras podemos estar diante da emergência de uma dentre tantas formas de saber-fazer não só enraizada nas controvérsias como defensora delas.

Seu capital é o saber de "mestres-de-obra da engenharia mecatrônica", um tipo de *geek* de garagem ou pirata cibernético de várzea que atua na ponta aparentemente menos sofisticada

do sistema, mas constrói monumentais quadros técnicos no âmbito de certa –“epistemologia popular”, com categorias de entendimento e modo de pensar que emergem na lida prática com cabos, fios, teclados, câmeras fotográficas, polegares e afins.

A.S. (18 anos) enquanto conversava comigo não parava de manusear o aparelho celular. Impressionada com a agilidade com a qual ele digitava perguntei como ele aprendeu a navegar na Internet usando o celular. Ele, como a maioria dos entrevistados, informa: “*fiz um cursinho de informática, mas, não acrescentou nada porque eu já sabia um monte de coisas só de futucar.*” I.C. (52 anos) por sua vez, me contou que quando “colocou” Internet do seu celular não sabia como usar, mas as colegas do trabalho, os filhos, o conhecimento adquirido no cursinho de informática para a Terceira idade que fez no Barradão, fizeram-no entender que não dava para aprender como se aprende na escola – “*o instrutor do curso falava, eu fazia e depois esquecia daí meu filho me ajudava e eu ia treinando até que aprendi a entrar e usar sozinha, quer dizer, tô aprendendo*”. É justamente a circulação informal e ampliação desse saber nas trocas entre os sujeitos e nas experimentações que o saber e as habilidades mecatrônicas são desenvolvidos.

A afirmação dessa expertise como certo tipo de “capital cultural” implica por sua vez, a admissão da constituição de uma espécie de novo campo de produção simbólica onde é possível identificar a diversificação de agentes consumidores; a constituição de produtores (“gateiros”, “técnicos”, técnicos de informática, consumidores leigos) que definem as normas e critérios técnicos relativos às condições de inserção no meio; a ampliação e diversificação de instâncias de consagração e divulgação que duelam pela legitimidade cultural; e, sobretudo, a constituição de um segmento socialmente distinto de artistas ou de intelectuais profissionais dispostos a seguir um programa estético definido a partir do próprio campo (BOURDIEU, 2007, p.100-102). Entretanto, a construção da idéia de distinção nesse caso se liga menos à formação de um *corpus* sistemático de conhecimento e mais à eficácia dos procedimentos. Mais que ser reconhecido como um “*expert*”, o participante quer que a coisa produza resultados práticos que respondam as suas necessidades mais imediatas. O que se pretende nesse caso é afirmar que determinados consumidores assumem certas funções de colaboração na formação das habilidades ou “domínio prático e teórico” do campo. (BOURDIEU, 2007, p. 274). No caso da expertise mecatrônica, o teórico como distinção pouco vigora.

A esta altura cabem certas indagações: existe efetivamente a formação de um capital cultural e capital específico do campo? Há um campo simbólico de fato? É possível observar então a gestação ou trajetória ascendente de consumidores que poderão assumir posições significativas na formação das crenças demarcadoras da *illusio* do campo? Um espaço de formação e reprodução de representações sobre uma dimensão que tende a valorizar obras e realizadores? Consumidores de TIC's se aproximam de seus produtores?

Usar o termo “capital mecatrônico” implicaria a consideração de toda uma compreensão da cultura que talvez não dê conta do que procuro descrever. Além de me faltarem elementos empíricos para mensurar os impactos das representações dos consumidores sobre as linhas de produção do segmento, ainda que um conjunto de *habitus* aproximem os internautas de GTV, sua definição apenas pelo critério da *distinção* seria ineficiente, uma vez que o usufruto do acesso cumpre muito mais funções entre os nativos. Os saberes para o consumo que ali emergem, não constituem sistemas herméticos, redondo e harmonioso. Eles nascem em meio a tensões e instabilidades próprias da sociabilidade. A hierarquização é flutuante e obedece a critérios que nem sempre estão alinhados à competência técnica e o poder aquisitivo para concretização da compra. O fato de ser um exímio consumidor de acesso à Internet não garante por si o reconhecimento entre os pares. Junto e misturadas a estas habilidades devem perfilar também a malemolência, o *aproach* e o *feeling* na forma de conduzir e explorar as relações sociais.

Na “Guerra de Pastéis” muito comum nos subúrbios cariocas que DaMatta (1984), descreve como “um jogo invertido de abundância material, acontece um consumo desmedido e exagerado” e, no final da festa, a celebração leva ao extermínio de salgadinhos, cervejas, refrigerantes jogados ao alto. Segundo DaMatta, neste “ritual” o dono da casa ressalta e atualiza a sua posição privilegiada na hierarquia social como anfitrião diante dos convidados. Da mesma forma, a formulação e os usos dos saberes mecatrônicos para o consumo podem ser ostentados por sujeitos que não possuam necessariamente os melhores equipamentos ou a maior escolaridade, e mesmo a melhor condição financeira e mais, não carece de referendo de especialistas legitimados por um saber escolar, pois não se trata de uma performance baseada apenas em suas habilidades técnicas. O “famosinho” nas redes sociais pode ser o sujeito que sabe muito bem gerenciar não apenas o seu consumo optando no leque de escolhas a ele possíveis pelos melhores equipamentos (que podem não ser os mais modernos ou de maior preço no mercado) segundo as demandas para a vida social.

Sem falar que não estamos lidando com um *corpus* de conhecimento fechado, mas ao contrário, em amplo processo de popularização. Tampouco essa forma de consumo poderia estar enquadrada hermeticamente como expressão da *indústria cultural*, uma vez que entendemos que a apropriação dos produtos técnicos não se dá uniformemente, muito menos desqualifica as práticas dela resultantes como fruto de alienação. Em suma, nos termos em que Bourdieu coloca a ideia de *capital cultural* seria problemático descrever a natureza das agências que observei na pesquisa etnográfica, daí a alteração da designação da possível nova e específica habilidade dos consumidores de TIC's de "capital mecatrônico" para uma nomeação mais genérica "expertise mecatrônica".

#### 4.4.2. *Expertise Mecatrônica, Comunidades de Conhecimento e Cultura Jovem*

Outras considerações, além das noções de *campo* e *habitus* de Bourdieu podem ser feitas a partir da noção de "comunidades de conhecimento". Rheingold (1994) compreende que as comunidades virtuais são associações que emergem da Internet/Web quando são estabelecidas redes de interações entre os sujeitos, mediadas por computadores, orientadas pela partilha de interesses comuns e com tempo de duração suficiente para criarem vínculos no ciberespaço. Já Lévy (1994) indica que as *comunidades de conhecimento* são agrupamentos onde se constrói o vínculo social através da relação com o conhecimento, experiência esta que, ao desenvolver-se no espaço virtual, constitui um meio de encorajamento da formação de um tipo de interação social desterritorializada.

Certamente, o aprendizado do consumidor de TIC's se faz e muito no próprio Ciberespaço, mas não é possível compreender a ação nativa unicamente pela observação de suas trocas no plano online. Como descrevi até agora neste trabalho, muito desta expertise advém de práticas presenciais que, ainda que não imponham restrições espaciais, se desenvolvem na localidade. Não é possível desenraizar o saber para o consumo das contradições que emergem nas interfaces on e offline. As considerações de Levy (1994) tomam como possível a formação de uma inteligência coletiva que de algum modo ganha existência objetiva e autônoma no e pelo Ciberespaço. Por mais que pensemos a web como um fato social e histórico, sua projeção como lugar completamente distinto do espaço das relações face-a-face seria perigoso e um juízo muito parcial. Ademais, o espaço doméstico representado pela casa e pela vida familiar seja qual for a sua composição é um elemento estruturante da vida social no Brasil como

tantas obras do pensamento social brasileiro atestam: *Populações Meridionais no Brasil*, de Oliveira Vianna (1920), *Casa Grande e Senzala* (FREYRE, 1933), *Sobrados e Mucambos*, (FREYRE, 1936), até os mais recentes *Carnavais, Malandros e Heróis, A Casa e a Rua* (DAMATTA, 1979; 1984) e *Quando a rua vira casa* (MELLO, SANTOS, VOGEL, 1985). E toda essa ambiência incide na formação das habilidades mecatrônicas que são primeiramente habilidades para a sobrevivência na vida social.

No mesmo caminho de Levy (1994), podemos justapor Castells (2006) que, como desdobramento de suas inferências acerca da sociedade da informação, apresenta várias dimensões do que chama “cultura jovem”, a forma como se comportam o jovem médio que se sociabiliza tendo como mediadoras as tecnologias de informação. “Um sistema específico de valores e crenças que informa o comportamento de determinado grupo etário, de modo que este apresenta características distintivas de outro grupo etário.” (CASTELLS, 2006, p. 163). Embora Castells reconheça que a adoção de certas tecnologias está condicionada a padrões culturais já existentes, ele procura desvendar essa experiência em diferentes países, empreendendo, assim, um tipo de pesquisa generalista, que pretende informar acerca do *ethos* da juventude em blocos homogêneos. Algumas das dimensões da cultura jovem que ele sinaliza como a gestão da autonomia e a relação com a segurança, a criação e reforço de laços afetivos, formação de identidades coletivas e individuais, entretenimento e formação da moda a partir do manuseio de meio de conexão, sobretudo móveis, fazem bastante sentido por serem em alguma medida presentes no consumo de TIC’s entre os jovens da GTV, mas além dessa experiência transcender à idéia de faixa etária, não dá para pensar a identidade juvenil que se constrói na região única e exclusivamente a partir de suas interfaces com a tecnologia de informação.

Neste sentido, Lima (2002), acompanhando jovens negros seguidores de grupos musicais que concentram suas produções em torno da negritude na cidade de Salvador identifica dentre eles diferentes formas de pensar a sua condição de afrodescendentes. Se os seguidores do *Ilê Ayiê* apoiavam-se no discurso da “marca negra” focada na fenotipia como distintivo, os fãs do *Olodum* davam acento especial à “origem negra” buscando a retomada das raízes na cultura africana, por sua vez, os apreciadores do grupo *Timbalada* operam as experiências da negritude sem essencialismos, buscando equilíbrio entre “indivíduo” e “pessoa”, conjungando a autonomia como valor, mas também valorizando experiências comunitárias. Este trabalho, como outros, apresenta elementos a partir dos quais é possível discordar da noção de *Cultura*

*Jovem* de Castells, uma vez que evidencia que, embora os três segmentos jovens destacados por Lima estejam circunscritos ao universo do discurso afirmativo da negritude numa mesma cidade, não o fazem da mesma forma. Ainda que jovens de uma mesma cidade, crença ou agrupamento usem celulares, tenham acesso à Internet isso não os nivela culturalmente. O manejo de experiências que também são vividas por jovens de outras culturas não é feita da mesma forma, cada grupo tem suas apropriações segundo o repertório de categorias nativas que dispõem. (LIMA, 2002).

Ainda que as TIC's, especialmente a Internet, tragam impactos profundos na produção da identidade, ela não é o centro de onde emanaria o "ser jovem". Aliás, essa abstração "cultura jovem" já parte da premissa essencialista ainda que, de fundo histórico, de que a juventude tem um tipo de *status* ontológico e como tal, causal, universal e atemporal, o que é incongruente com a análise sociológica crítica e mais ainda com a Teoria Antropológica na qual me apoio neste trabalho. Assim, pensar na expertise para o consumo de TIC's a partir da noção de *Cultura Jovem* pode representar muito mais a redução da juventude, experiência diversa, que estabelecer um recorte de um fenômeno/objeto tão complexo e heterogêneo. Embora essa noção possa ajudar a refletir algumas vivências juvenis, não pode explicá-las por completo. Ou seja, não é possível pensar em comunidades de conhecimento como fruto exclusivo de experiências vividas no Ciberespaço, como também é problemática a afirmação da produção de saberes característicos de uma "cultura jovem", desenraizada de experiências locais.

#### 4.4.3. *Expertise Mecatrônica e a Teoria Ator-Rede*

Outro recurso teórico que vem sendo utilizado cada vez mais especialmente para pensar as experiências na "era da informação" é a Teoria Ator-Rede. A percepção de uma realidade híbrida tem seduzido estudiosos de epistemologia e tecnologias nas ciências humanas, especialmente por oferecer uma avaliação menos hermética das agências, reconhecendo a emissão delas por não humanos, por exemplo, assim como suas ênfases nas associações, evidenciando como unidades de análise as redes. É bastante tentador aproximar elementos da TAR ao que tenho aqui chamado de expertise para o consumo/manuseio de TIC's, especialmente pelo reconhecimento da presença dos agentes não humanos e de complexas redes sociotécnicas na construção de identidades, porém, algumas questões tornam-se limites para a adoção por completo deste programa analítico. Um deles é o fato de que a etnografia

que realizei ainda estabelece ênfase bastante explícita na ação humana nos processos observados. Embora eu problematize elementos maquínicos como propulsores de associações, a observação dos mesmos ainda se apresenta de forma residual, de algum modo, submetida à intencionalidade humana. Uma avaliação a partir da Teoria Ator-Rede (TAR) exigiria uma equivalência mínima na apreciação das agências entre homens e máquinas que julgo não ter competência para estabelecer, pelo menos a partir dos dados que recolhi.

Ainda que eu tenha me valido da exploração de controvérsias para desenrolar o novo etnográfico, o reconhecimento de muitas redes em ação não é suficiente para atestar sua objetividade e movimento. Por vezes entendi que poderia seguir um determinado fluxo, como as interações na e pelas escolas da região, mas a incerteza quanto às condições empíricas para que se estabeleça uma avaliação acerca da tangibilidade de uma rede é constante. Identificar redes é muito difícil, sobretudo por seus cruzamentos. A escola é uma rede, um lugar/variável convencional viciada para pensar as associações? Por outro lado, a inserção em redes suprainstitucionais é muito lenta, exige proximidade especialmente pelo nível de investimento em relações pessoais que exigem. Tanto na observação on como na offline isso foi muito complicado. Pelo Facebook, por exemplo, mesmo as pessoas me conhecendo pessoalmente, sabendo das minhas intenções nem sempre permitiam minha presença em diálogos locais. Como afirmava Foot-White (2005), o informante não quer que você vire um nativo, o que torna a tarefa de delinear associações bastante desafiadoras. Ainda que a competência para consumo de TIC's seja construída de forma descontínua e heterogênea, para a afirmação de sua existência é necessária a identificação em seu escopo de princípios para a ação comuns, ainda que se materializem em práticas e contextos distintos. As controvérsias em termos das práticas locais vão muito além da ação concreta, constituem traço das próprias teorias nativas que se constroem mediante negociações de elementos heterogêneos.

Outra reflexão importante diz respeito à necessidade colocada pela TAR de superar os demarcadores tipicamente modernos de classificação na experiência dos consumidores de tecnologias, o que desafiava mesmo minhas próprias representações acerca desta condição. A Modernidade não é uma experiência homogênea e o próprio campo me dizia isso todo o tempo: as linhas de fuga, subversão e acomodação de tecnologias a categorias nativas me levavam à consideração de que a exclusão de elementos “modernos” do processo comprometeria a própria pesquisa (os consumidores de TIC's da GTV não se afastam dos padrões modernos de conduta quando se engajam na compra, querem ter nome limpo nos

cadastros de crédito, a formação escolar continua sendo vista como algo importante para a melhoria de suas vidas, a transvaloração do “gato”/gambiarra como prática de compartilhamento não associada a contravenção por ser paga, portanto, legítima, a noção de mérito na concessão de créditos e equipamentos, etc. que mesclam são incorporações sim em alguma dimensão do discurso dos modernos ).

[...] Em Latour, o cientificismo é associado à modernidade, que ele renega. Aí também com certa ambiguidade, pois ora a modernidade surge como uma realidade presente e, mesmo, ameaçadora, ora "jamais fomos modernos". Mas se jamais fomos modernos, por que tanta preocupação? Talvez aí igualmente se possa lançar mão da idéia de duplo-vínculo, mais positiva que a de ambigüidade: é como se o cão de Gregory Bateson simultaneamente rosnasse e abanasse a cauda para a modernidade. Afinal, embora a definição de modernidade segundo Latour sirva bem a seus propósitos, sua operacionalidade tem como ponto de apoio a relação da Ciência com a sociedade e a problemática da pureza em contraposição à mistura, ao lado de outras dicotomias (como fato e valor, mundo e representação etc.). O que acontecerá se tiver dela, também, uma definição mais abrangente? Continuará a renegá-la? (VELHO, 2005, p. 12).

A própria intenção de pensar um *corpus* de habilidades específicas dos consumidores de TIC's já representa a reprodução do procedimento moderno de categorização e classificação que, aliás, ainda nos serve e muito como orientação e escopo na pesquisa antropológica. Neste sentido, Duarte (1988), na avaliação da orientação pautada na racionalidade biomédica na gerência do trato à saúde pelo Estado brasileiro chama a atenção para as limitações desse modelo de assistência que manejado a partir da lógica do indivíduo, não leva em consideração as complexas experiências de pessoa existentes no Brasil e por isso negligencia as leituras culturais que os grupos fazem do cuidado, a forma como lidam com procedimentos técnicos em franco diálogo com costumes e saberes práticos. Por sua vez, ela é uma linguagem possível e em algumas dimensões bastante inteligível e manuseada pelos usuários do sistema de saúde em inúmeras situações não apenas como imposição, mas também como recurso de seu próprio repertório de ações de natureza híbrida. Em outras palavras, o diálogo entre o moderno e outras racionalidades não exclui a possibilidade da sua proeminência em situações sociais específicas, determinada a partir das próprias escolhas nativas.

Diante das considerações de Duarte (1988), torna-se igualmente relevante a avaliação de que qualquer discussão em torno das agências entre, humanos e não humanos no Brasil deve levar em conta os arranjos muito particulares por meio dos quais elas são estabelecidas. A impureza e o hibridismo aludido pela TAR não se constitui apenas na interface entre um sujeito humano e não humanos. A própria constituição da ideia e/ou qualificação de um agente como não

humano é cultural. A controvérsia não é nada mais que os vários frames de cultura se perfazendo. O conflito no caso não é apenas um recurso para compreender as associações, ele pode ser a própria condição ou a forma delas em ato. Como no caso da construção da categoria “doença dos nervos” onde as mulheres do subúrbio fluminense buscam a “cura” de indisposições mais que físicas na clínica neurológica e seus medicamentos, cartesianos por excelência (DUARTE, 1988) Esta construção social tão complexa carrega modos de tradução de categorias culturais nativas em categorias do discurso técnico-científico e vice-versa. Denotam como a representação do elemento não humano (a medicação) pode ganhar ainda que submetido à avaliação cultural, não se misturar com o humano, uma vez que seus efeitos são objetivos e não deixam de gerar consequências físicas. Dito de outra forma, as pessoas medicadas podem interpretar os efeitos das substâncias químicas e de instrumentos como máquinas usadas para exames/diagnose, próteses implantadas em seus corpos como marca-passos, válvulas e pinos a partir de sistemas de crença e valores completamente diferentes dos que fundam a abordagem biomédica que receberam por quem as assistem seja o médico ou a enfermeira. Os efeitos bioquímicos não deixam de existir por isso são imperativos, mas sua relevância será sobredeterminada se a cultura o permitir. Exemplo disso é o fato de que em inúmeras situações em que pacientes interpretam que a sua cura seja fruto de forças maiores muito mais que pela ação medicamentosa (mesmo que essa clinicamente possa ser atestada).

O que realmente desejo afirmar é que a busca por auxílio na TAR para a fundamentação da noção de “expertise mecatrônica” pode não ser adequada, uma vez que, se busco a discussão destas supostas competências para um tipo de consumo específico na Antropologia, não posso ignorar que a Teoria Ator-Rede em sua formulação, especialmente quanto ao desejo de exorcização do discurso moderno deixa de dar conta de uma série de processos culturais onde ele (o discurso moderno), longe de ser anulado, participará e em alguns momentos poderá ganhar proeminência. Além dos exemplos colocados por Duarte (1988), os inúmeros relatos que registro neste trabalho não me permite pensar um saber-fazer pelo consumo excluindo as genuínas e complexas negociações e traduções que os meus informantes fazem das referências modernas.

Outra consideração que se deve fazer é quanto à formulação da noção “não humano”, que na TAR em muitos momentos sugere sua completa independência do humano. Mesmo quando se reconhece, por exemplo, que os não humanos de natureza maquina sejam resultado da ação humana no mundo, estes uma vez ‘criados’ são tomados como agentes com “natureza”

própria, autônoma, capazes de estabelecer agências espontâneas. Espontaneidade esta mais fácil ainda de ser reconhecida em outros seres vivos que compartilham a mesma condição de não humanos como seres circunscritos nos reinos animal, mineral e vegetal. Nesta concepção da condição de “não humano” parece negligenciada a percepção dela própria como produto cultural. Se para a sua existência real ou mesmo virtual, o agente não humano precisa ser reconhecido enquanto tal e este reconhecimento *per si* já constitui uma interpretação cultural, não seria um exagero afirmar que, no final tudo é de certa maneira “humano”. O fato é que, a abordagem a partir das Ciências Sociais não permite qualquer afirmação que não coloque o uso social como a base, o que em outras palavras significa reconhecer o elemento humano em tudo que seja cognoscível. Em suma, se há alguma expertise mecatrônica, ainda que os objetos técnicos participem de sua constituição, eles são já objetos humanizados, o que tornaria pouco produtiva a apropriação da noção de hibridismo proposta em linhas gerais pela Teoria Ator-Rede.

#### *4.4.4. Mais que as especulações, que fiquem as questões*

A etnografia me trouxe elementos que sugerem que as identidades dos usuários de conexão da Grande Terra Vermelha se constituem em diálogo franco com suas experiências de consumo de TIC's de forma mais ampla e o desafio parece estar justamente em explorar esta leitura e encontrar formas de diálogos com outros trabalhos bem como com o que já se acumula de discussão em torno do fenômeno. Diante de questões que o próprio campo me trouxe, a construção das habilidades mecatrônicas que podem tornar o consumo de TIC's uma experiência diferenciada e peculiar foi um imperativo que se revelou nas próprias agências dos sujeitos e para o qual procurei chaves de interpretação. Reconheço que, no momento, é mais importante conhecer as agências dos meus informantes que especular a existência de possíveis competências oriundas delas. Acredito que a apreciação dos sentidos construídos pelos consumidores de TIC's no e pelo acesso à Internet pode tornar mais clara esta por hora, especulação, em torno da pertinência da noção de “expertise mecatrônica”. Na próxima parte do trabalho, procuro descrever os trânsitos nativos entre a *Grande Terra Vermelha Offline* e a *Grande Terra Vermelha Digital*. O complexo tecido cultural desenvolvido no e por este trânsito dependendo da interpretação de quem lê pode implodir a então especulação ou ampliar o número de questões a serem enfrentadas para a reflexão. Apontei alguns limites, certamente muitos outros existem, mas digamos que essa é uma discussão que continua aberta

que precisa e deve ser explorada, com o tratamento rigoroso do material empírico neste trabalho apresentado e de preferência, em investimentos etnográficos futuros.

## 5 – POR QUE GARANTIR O ACESSO À INTERNET É IMPORTANTE PARA OS JOVENS DA GRANDE TERRA VERMELHA?

*Depois que eu tive acesso a ti fui mais feliz  
Informatica em casa eu sempre quis  
O mundo inteiro usa para acelerar a informação que um dia foi  
lenta  
Foi um sonho o meu not, sem ele não vou ficar e quem não pode  
vai se atrasar  
Movo o céu, movo o mar pra ganhar informação, sem internet  
na minha casa não é mole não.  
Os livros falam quase tudo, mas preciso me informar. Ah!  
Internet é bom demais.  
Tão veloz quanto a luz, conhecimentos eu terei.  
Quem não tem vai lamentar, sem acesso vai ficar  
(Bárbara, Karla, Jáyra e Cassiane – alunas da Escola Marista  
de Terra Vermelha)*

**Figura 17** – Inscrições Maquínicas da Identidade



Extraída de: <[https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws\\_rd=ssl](https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws_rd=ssl)>. Acesso em 04/04/2013.

## 5. A GRANDE TERRA VERMELHA OFFLINE E AS DIMENSÕES MATERIAIS DO CONSUMO DO ACESSO À INTERNET

### 5.1 O consumo do acesso à internet como *autopoiesis*: Grande Terra Vermelha *Offline*, as materialidades da vida entre o *on* e *off*

Figura 18 – *Autopoiesis* na e pela Conexão



Extraída de: <[https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws\\_rd=ssl](https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws_rd=ssl)>. Acesso em 04/04/2013.

#### 5.1.1 Conexões e “Costumizações”: as apropriações e inscrições materiais como recurso de personalização

Embora o acesso à Internet não seja feito apenas pelos celulares na Grande Terra Vermelha, esta via é a mais explorada e a observação de seus usos muito informa sobre os seus portadores. Foi assim, seguindo os rastros de *ringtones* que fui tomando conhecimento das múltiplas funções e usos sociais que o telemóvel habilitado para o acesso à Internet pode ter. E encontrei fortes vestígios dos modos de associação, individuação e produção de identidades coletivas e individuais na comunidade que passam pelas conexões mediadas por dispositivos móveis.

Uma das observações mais frutíferas nesse processo se deu em um dia de sol na primavera, chegando à Praia dos Arrecifes ou simplesmente Recifes como é conhecida, extensão litorânea que fica na Região V e a mais frequentada pelos moradores da Grande Terra

Vermelha, quando encontrei a areia repleta de pessoas de várias idades, especialmente jovens e crianças.

**Figura 19** – Praia dos Arrecifes na Região V do Município de Vila Velha/ES



Extraída de: <[http://conceptplanejamentos.com.br/?page\\_id=23](http://conceptplanejamentos.com.br/?page_id=23)>. Acesso: 04/03/2013.

Embora a extensão litorânea com condições de banho seja pequena, circulam muitas pessoas e encontramos alguns bares que servem bebidas, petiscos e refeições em geral. Entre vento, areia e música em som alto, normalmente Funk e/ou Axé Music, destacam-se os *ringtones* diferenciados de muitos celulares.

Mais uma vez sentada numa canga na areia porque já não havia mais mesas e cadeiras disponíveis no comércio local no horário em que cheguei, por volta das 10:00 horas, não pude deixar de notar bem próximo a minha posição, um grupo animado de jovens. A certa altura, um toque de celular me chamou a atenção em especial, tratava-se da música tema do filme “*Psycho*” no Brasil traduzido como “*Psicose*” de Alfred Hitchcock, composta por Bernard Herrman. Diante das gargalhadas dos colegas, a jovem, dona do aparelho que emitia o som, explicou que o *ringtone* foi escolhido para anunciar as chamadas do seu pai, que geralmente eram feitas para saber onde ela estava e, portanto, “perigosas”. Em outra ocasião na Universidade já havia escutado a mesma música como toque do celular de uma aluna com a

mesma finalidade. A sinalização de uma chamada de aparelho celular feita pelos pais do proprietário por meio da apropriação criativa de uma música à qual se atribuem certos sentidos me remeteu uma série de relações entre a posse do celular habilitado para o uso da Internet e os recursos para personalização e produção de identidades. A Internet, bem como os suportes para o acesso, podem servir como laboratório de experiências identitárias (VIANNA, 1997, TURKLE, 1984). Além dos *ringtones* extremamente criativos que vão de músicas muito tocadas nas rádios, à temas românticos para chamadas trocadas entre namorados, *singles* “baixados” no próprio celular que remetem a experiências vividas em grupos de amigos, outro elemento de individualização muito comum no que toca aos dispositivos móveis são as capas, adesivos e todo tipo de acessório que se pode acoplar aos mesmos. Ou seja, além da personalização do objeto tomando a Internet como recurso, a customização do mesmo, ressaltando as dimensões propriamente materiais do bem é prática bastante comum. É importante que reconheçamos “o papel da materialidade em formas de mídia específicas e no impacto subsequente sobre a criação da socialidade.” (MILLER, 2007). Embora a oferta de certo repertório de telemóveis seja feita em série pelo mercado, os usuários estabelecem relações diferenciadas com o bem, desenvolvem a partir de sua posse manejos particulares que são expressões de suas crenças, gostos e preferências. No que toca ao consumo de conexões, Tacchi (1988) já chamava a atenção para uso do rádio na casa. “Essa é uma atividade particularmente privada, especialmente já que ela se concentrou em mães solteiras e a relação bastante pessoal que elas sentem com o rádio.” A difusão dos walk-man nos anos 80 e 90 no Brasil pode servir para ilustrar também e de forma muito clara a relação pessoal e individual que os consumidores desenvolvem com os meios de conexão que, naturalmente, espraiam para a própria apresentação plástica dos equipamentos.

Na casa de C. S. (17 anos) observei a presença de vários smartphones e o próprio rapaz informou que mesmo que os aparelhos não sejam da escolha de quem os usa por terem, por exemplo, passado de pai para filho ou de irmão a irmão, a customização a partir do porte de capas diferenciadas, chaveiros e adesivos, assim como de *ringtones* e imagens de tela é regra. Inclusive nesta residência, como em muitas outras que visitei, encontrei uma variedade de equipamentos para a conexão que vão de TV’s em sistema Light Emitter Diode (LED) e/ou Liquid Crystal Display (LCD), home theat, notebook, tablets a celulares. Em alguns casos, serviço de TV a cabo compartilhado entre parentes e vizinhos. Além da presença desses equipamentos, a posição deles na casa é bastante interessante. Numa delas, a casa pequena,

com quatro cômodos: sala, cozinha, banheiro e quarto. A sala praticamente completamente ocupada por uma TV LED de 42'', no quarto um notebook conectado à base de acesso à Internet por cabo em local privilegiado como uma espécie de altar. A movimentação dos moradores se dava com o revezamento de aparelhos: uns vendo TV, a mãe na cozinha ouvindo rádio pelo celular e os mais jovens em volta do notebook e lógico, praticamente todos com o telemóvel em punho conjugando o seu uso ao manuseio dos outros. Temos assim a casa como um complexo de consumos diversificados e cada objeto que compõe esse cenário tem sua especificidade garantida não apenas pela singularidade de suas funções técnicas, mas, sobretudo, pela apropriação criativa que recebem. Como destaca Miller (2007):

[...] A habitação, roupas, mídia e o carro sugerem que o desenvolvimento de uma abordagem de cultura material é algo que ajuda a desmembrar a especificidade do consumo, e mostrar que a materialidade de cada gênero é em si mesma importante (MILLER, 2007, p.51).

Desde a posição dos bens na casa, ao modo como são portados pelos usuários é possível identificar um verdadeiro sistema classificatório constituído por signos diversos, representados em sua materialidade por recursos simples como o decalque de adesivos e o rodízio de várias capas de celular, encontradas facilmente no comércio de rua da região. Tomar o aparelho celular como elemento para a observação na etnografia se tornou inevitável, uma vez que o acesso à Internet é preferencialmente feito por meio dele e como estar conectado é muito importante para os mais jovens, estes equipamentos os acompanham a maior parte do dia.

É constituído assim, um arranjo sociotécnico complexo onde os aparelhos como suportes para a conexão ocupam lugar central são elementos fundamentais neste universo a que Castells (2009) denomina *Cultura Jovem Móvel*” sobre a qual já discorri brevemente em outro momento,

[...] enquanto um novo conjunto de valores e atitudes que informam a prática das gerações jovens, é uma cultura tipicamente em rede. Os grupos de pares formados na escola ou no bairro servem, frequentemente, de base. A popularização do telemóvel reforça e amplia as redes de jovens já existentes e eleva-as a um nível mais alto da sociabilidade em rede, onde a interação face-à-face é equivalente à comunicação através do telemóvel e onde se forma uma comunicação íntima a tempo inteiro (CASTELLS, 2009, P.75).

O aparelho celular como portador da possibilidade de conexão à Internet é algo associado por muitos estudiosos à identidade juvenil hoje. Jovens e adolescentes investem bastante tempo na

exploração de suas possibilidades, “possuir o telemóvel ‘correto’ é um tema relevante para crianças e adolescentes e também para jovens adultos” (LING, 2002, FORTUNATTI, 2002). Sobretudo do ponto de vista estético, há um cálculo de prioridades e arranjos que ajudam na personalização do aparelho, atribuindo caráter individual a esse dispositivo.

[...] Em via de mão dupla, criadores e consumidores de moda atuam no sentido de desenvolver uma série de bens acessórios que tomam os celulares como referência primária: capas, bolsas e carteiras apropriadas para o seu transporte, inclusive em atividades esportivas. Neste sentido, pode, então, ser comparado e tratado como uma peça de vestuário, vinculada às coleções da temporada porque é um produto com período de vida limitado que está sempre apenso ao corpo. Deste ponto de vista podemos concordar com outros autores que identificam o telemóvel com o relógio de pulso (CASTELLS, 2009, p.205).

**Figura 20** – Capas de Aparelho Celular



Extraída de: <[https://www.google.com/imghp?hl=pt-BR&gws\\_rd=ssl](https://www.google.com/imghp?hl=pt-BR&gws_rd=ssl)>. Acesso em: 09/04/2013.

As meninas, particularmente, exploram o potencial estético dos celulares. Com temas e texturas diversas, as capas são adquiridas em bancas nas ruas ou em lojas de presentes. Combinam o acessório com a cor do esmalte, inclusive o usam para imprimir cores diferentes não só a óculos como a armações de óculos, da maquiagem, dos sapatos e bolsas. As capas também podem passar de irmão a irmão, mas nas mãos de outro “dono” passam a cumprir outras funções sociais.

Em relação à percepção dos bens e sua singularidade, Baudrillard (2000, p.47) indica que,

[...] a oposição natural/sintética é simplesmente uma oposição moral. Objetivamente as substâncias são o que são: não existem substâncias verdadeiras ou falsas. [...] no fundo a nobreza hereditária da matéria existe somente por conta de uma ideologia

cultural análoga à do mito aristocrático na hierarquia humana e mesmo este preconceito cultural declina com o tempo (BAUDRILLARD, 2000, p. 47).

Entretanto, por mais bonita e cara seja a capa ou qualquer outro recurso material, não impressiona a ninguém se o celular não tiver crédito e a possibilidade de conexão à Internet. Em outras palavras, não serve apenas para a composição da indumentária todo o tempo. É bom que seja usado para ligações, troca de SMS, Whatsapp, a produção e a postagem de imagens nas redes sociais digitais.

Comuns são também, além das capas, as customizações com pedrarias e adesivos, que tornam os celulares e outros dispositivos para a conexão, verdadeiras peças de bijuteria. Esta prática também foi identificada (YUE, 2003) no Japão onde os jovens “personalizam o celular e o transformam em “artefato” que demonstra a sua individualidade, utilizando vários tipos de ‘cosmética de telemóvel’ feita de cristais, plumas, prata, com a forma de Hello Kitty, Garfield, flores e animais.” Cosmética esta que, inclusive, pode ser consumida no próprio Ciberespaço, onde é possível encontrar diversos tutoriais ensinando a personalizar os aparelhos.

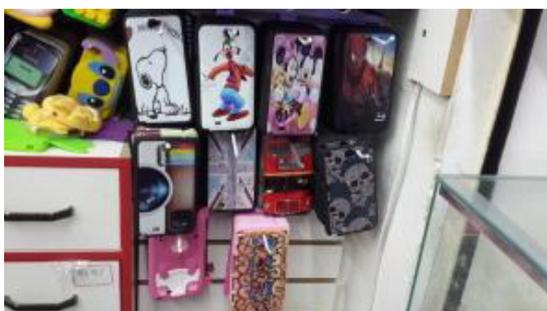
**Figura 21** – Equipamentos “Customizados”



Extraída de: < [https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws\\_rd=ssl](https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws_rd=ssl)>. Acesso em 03/01/2014.

Os rapazes também exploram a materialidade das bases de acesso. É muito comum entre eles a opção por capas e decalques com motivos de times de futebol, tribais, musicais, rótulos de cerveja, personagens de HQ's. Assim como as meninas, fazem questão de dar visibilidade a seus equipamentos em redes sociais. A fotografia estilo “*Selfie*” é comum, bem como outras com ângulos que tornam possível a visualização dos eletrônicos: tablet, notebooks, e, é claro, celulares sem capa para que apareçam a marca e a série. Uma informante de 13 anos de idade inclusive assinalou que a marca do aparelho é muito importante, “*se não fossem as capas de I-phone não viriam com o buraquinho para aparecer a maçã*”.

**Figura 22** – Capas de Aparelho Celular Masculinas



Extraída de: <[https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws\\_rd=ssl](https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws_rd=ssl)>. Acesso em 03/01/2014.

Discutindo a construção das masculinidades a partir do museu de TIC’, Silva (2012) sinaliza:

[...] Meu argumento aqui é o de que, ao ouvirem música sem fones de ouvido, os garotos da comunidade desenvolvem uma técnica corporal que fala de sua identidade viril. Ao ocuparem o espaço sonoro à sua volta, também reatualizam uma estratégia de construção de masculinidade que pode ser equiparada, penso, àquela do corpo viril e musculoso, que domina o espaço em torno de si. Nesse sentido, o aparelho de telefone celular e suas possibilidades sonoras são entendidos como uma extensão do corpo, tal como argumentado por McLuhan (1995). Para Borelli e Rocha (2008, p. 31), pensar jovens e juventudes envolve considerar como estes ‘[...] inventam e se comunicam por meio de linguagens que lhes são próprias – e isto parece ainda mais evidente no uso das novas tecnologias, móveis e interativas’ (SILVA, 2012, p. 66).

Assim como as meninas “ocupam” com recursos visuais a partir da indumentária os espaços onde circulam, igualmente o fazem os rapazes, mas a exploração da materialidade do som com celulares ligados no volume máximo, por exemplo, em Terminais Rodoviários e no transporte coletivo como pude presenciar nas diversas idas ao campo, é bem característica deles. Além dos cordões prateados e o boné, o porte do celular e o uso do som ajudam a constituir uma performance cujo texto e roteiro de base é a própria identidade em processo.

Mesmo com muitas reclamações dentro dos eles continuam com os aparelhos em alto volume, inclusive, em algumas ocasiões, ouvindo musica gospel. Silva (2012) em sua pesquisa junto a rapazes na periferia carioca notou que o Bluetooth é um recurso bastante valorizado pelos usuários de celulares da região, mas os custos para a aquisição dos aparelhos com essa função são também mais altos tornando menos comum a sua posse.

Essa valorização do *bluetooth* no S. Jorge contrastava com o uso do celular quando comparado às camadas médias com as quais eu tinha contato na vida cotidiana. O *bluetooth* estava longe de ser tão importante e, mais ainda, era nunca ou raramente usado. Um colega meu de pós-graduação chegou mesmo a me perguntar do que se tratava. No S. Jorge, o *bluetooth*, como mencionei acima, é fundamental na obtenção de conteúdos para os telefones celulares, sejam estes arquivos de vídeo, imagens, ou músicas. É através do *bluetooth* que os jovens da comunidade “passam música” uns para os outros – e, o que é relevante, sem custo algum (SILVA, 2012, p.72).

Ao contrário da afirmação de Silva, o recurso Bluetooth é taxado já na compra do celular e o seu uso mais que uma propriedade do celular, pressupõe a compra do acesso à Internet na maioria das vezes, tanto para downloads como para compartilhamentos com outros celulares. Assim, mais uma vez fica evidenciado que o acesso à Internet é um bem de valor muito grande, uma vez que uma dezena de aplicativos e recursos técnicos só pode ser ativada a partir dele. Tanto as *playlists* como os *ringtones* como anteriormente mencionei são escolhidos com cuidado. A materialidade sonora seleta consome algumas horas na busca de músicas, ruídos e alertas diversos “baixados” da Internet. “O maior mercado para toques de celular são os adolescentes, para quem a simples posse do telemóvel já não é suficientemente distintivo” (TEDESCHI, 2004). Embora muitos sites anunciem que o download é gratuito, é preciso considerar que o seu consumo demanda a possibilidade do acesso que está longe de ser franco e universal, sem custos. Assim, na hora de apontar quais modelos de aparelhos que desejam possuir, os jovens dos diferentes gêneros por mim entrevistados primavam por smartphones que permitissem esse tipo de operação, não importava qual a marca.

As telas de fundo também são excelentes referências do amplo processo de personificação e apropriação criativa do bem material. Ao começar a conversa com os entrevistados, pedia para que me mostrassem a “folha de rosto” do seu aparelho. Encontrei de tudo: fotos de família, grupos de amigos, times de futebol, personagens de TV e quadrinhos, artistas do campo de produção musical, fotos de namorados, filhos, do próprio dono do celular, itens que aparecem também em notebooks, tablets e pc’s de mesa. Embora a visibilidade da tela de proteção seja bastante restrita, é componente importante na comunicação da identidade,

sinaliza a escolha de alguém, um objeto, momento ou experiência que são significativas na vida do proprietário. Certa vez acompanhei uma discussão entre informantes durante uma entrevista justamente porque perguntei a motivação que um deles tinha para a escolha da imagem da tela de fundo computador. A controvérsia dizia respeito justamente à definição de quem teria mais direito de determinar qual seria a imagem, uma vez que o equipamento era de uso de toda a família. A resposta de quem escolheu a imagem foi muito simples: *“Eu, porque fui eu que comprei”*.

Mesmo que possam ser estabelecidas peculiaridades na forma como meninas e meninos manuseiam os dispositivos para a conexão, os trânsitos entre papéis são muito comuns. Meninas podem apropriar-se destes dispositivos da mesma forma que meninos. É o caso de D. L. (18 anos) que se queixava pelo fato de que desde criança sempre gostou muito de ler Histórias em Quadrinhos (HQ's), o que a maior parte das pessoas do seu grupo entende como prática masculina. Ela possuía várias capas de celular de personagens de como muitos meninos, no entanto, contrariando a expectativa sexista de que meninas não podem ter este tipo de gosto, no contato com ela, percebe-se outros sinais que remetem às experiências do modelo de comportamento feminino mais convencional uma vez que é muito vaidosa, anda sempre maquiada e adora usar sapatos de salto alto. Para Strathern não existe gênero e sim relação de gênero, uma vez que os papéis podem ser assumidos em alternância dependendo da conjuntura e a Internet ajuda nesses processos, na potencialização do que chama “jogo andrógono” (1988, p.15). Além disso, as demandas por customização dos dispositivos móveis para a conexão têm também reflexos na própria estruturação do mercado no setor, exemplo célebre é o caso da Nokia “que alterou o design clássico para introduzir modelos em forma de concha, para assim refletir as mudanças de gosto de seus consumidores (Reinhardt et al. 2004).

São muitos os aspectos que podem ser discutidos do ponto de vista da cultura material no processo de construção de identidades, entretanto,

[...] Se continuarmos a viver em um mundo no qual, em continuidade com a crítica de Marx ao fetichismo, não consigamos ver os padrões de trabalho e relações sociais que, conexão após conexão, seguem os vários eventos através dos quais os bens criam esta corrente entre produção e consumo. A cultura material do consumo parece ser o ponto de referência ideal para se encaixar no contínuo fetichismo da mercadoria, não só em um nível teórico (ex. Spyer, 1997), mas também em um nível prático de tentar considerar quais transformações em conhecimento e produção são necessárias para

fazer os consumidores reconhecerem os produtos que compram como, entre outras coisas, a corporificação do trabalho humano (MILLER, 2007, p. 46).

Nas escolas, ouvi dos pais e os educadores, assistentes sociais de ONG's da GTV a leitura que fazem da exploração das dimensões materiais da conexão é na maioria das vezes extremamente crítica. As dimensões negativas do consumo e sua relação com processos de alienação são muito frequentes. Até mesmo a diretora de uma unidade escolar ressaltou que as dificuldades em lidar com o uso das TIC's no cotidiano da sala de aula é uma das coisas que mais atrapalham muitos educadores, uma vez que, por não estarem familiarizados com as novas tecnologias, não conseguem compreender as demandas dos alunos. A afirmação de um professor num dos grupos focais que com eles foi realizado foi muito enfática neste sentido:

*“Esses meninos são muito alienados e só usam a internet para a diversão, se usassem para coisas úteis como estudar ao invés de ficar exibindo os celulares e roupas de marca, poderiam melhorar de vida”.*

Embora alguns educadores sejam bastante receptivos a tais práticas, boa parte dos que ouvi moralizam o acesso e as práticas dele decorrentes, separando dimensões positivas e negativas de seu consumo, dentre as negativas o apego excessivo à materialidade dos bens que deve ser combatida como condição para uma vida melhor na comunidade. De qualquer forma, é importante registrar que mesmo que muitos adolescentes em suas falas reproduzam este discurso e em certa medida realmente acreditem nele, ainda assim, seguem explorando as potencialidades materiais do consumo no que toca às TIC's.

Outro aspecto que frequentemente negligenciamos na percepção da materialidade dos bens é a presença da Internet (de algum modo, também do acesso) nela mesma.

[...] O ciberespaço é visto como um espaço de práticas sociais que inibem ou acabam com práticas antigas; a escola virtual, como forma de organização do ensino, substituiria a escola real, e podemos dizer o mesmo da comunidade virtual em relação à comunidade real, o corpo virtual ao corpo real, e por fim a cidade virtual à cidade real. Trata-se, portanto, em insistir, não em uma lógica excludente, mas em uma dialógica da complementariedade. Esta estaria em franca oposição à lógica do aniquilamento ou da destruição pura e simples de instâncias canônicas (LEMOS, 2007, p. 16).

A percepção de que o acesso à Internet implica a separação entre experiências on e offline, que reforça a avaliação das dimensões materiais do acesso (o aparelhos, a capa, o adesivo, etc.) como supérfluas, dispensáveis, não leva em conta a consideração de que tudo isso junto constitui a substância e movimento de redes sociotécnicas nas circulamos e nos relacionamos. “On e off a rede juvenil se reconfigura, respeitando novas motivações. Novos laços são criados, os nós da rede são mantidos ou abolidos numa nova tessitura que respeita as novas experiências da vida cotidiana” (PEREIRA, p. 310). Ou seja, os dispositivos como acessórios de vestuário e moda são expressão mais nitidamente material das profundas e sensíveis experiências de socialização que estes jovens estão vivendo. Assim, é preciso:

[...] Pensar nas formas materiais de mediação envolvidas nos processos comunicativos de espacialização das mídias locativas. Esses modos são a forma como se dá a produção social do espaço. Propomos, assim, cinco modos: escrita, escuta, visibilidade, sociabilidade, acesso e lúdico. Esta escolha leva em conta a materialidade da comunicação e os diversos híbridos formados por humanos e não humanos, permitindo investigar as redes formadas e o uso do espaço urbano (LEMOS, 2007, p. 09).

Na própria discussão da construção a linguagem e do humano, tanto Heidegger (2008) como Simondon (1958) e também Leroi-Gourhan (1964) e de algum modo também Vigotsky (1991) , qualquer produção simbólica é amálgama de coisas e pessoas, logo, pensar no consumo do acesso a partir de sua materialidade, numa perspectiva aberta passa pelo reconhecimento de que ainda que não nos conectemos diretamente à Internet, nela estamos transitando de algum modo, quando nos relacionamos com dispositivos que a presentificam de distintas formas que vai dos cabos, fios, cartões magnéticos, câmeras de vigilância dispostas nas ruas e propriedades, dentro outras.

## 5.2 O acesso, os celulares e a *autopoiesis*

Como já registrado, fiz um grande investimento nas conversas pelas redes sociais de forma que emendava dias e noites no computador uma vez que os informantes tinham disponibilidades em horários diversos. Foi numa dessas conversas no horário de almoço (para o informante era seu horário de refeição), por volta de 11:30 h que travei uma das conversas mais inquietantes por esta via. A informante era uma jovem de 16 anos que gentilmente respondia às minhas perguntas, sem demora no retorno, inclusive. A certa altura do bate-papo, perguntei quais as diferenças que ela identificava entre os diferentes dispositivos para acesso à internet. Ela indicou que dependia do que precisava acessar. Mas que em geral usa mais o celular. Ingenuamente conclui que em casa usava mais PC de mesa e em trânsito o celular. Ela sorriu emendou:

*“Estou usando o celular agora. Enquanto falo com você já fiz almoço e agora estou tomando banho. Quem dera se existisse um celular à prova d’água.”*

O celular e a conexão eram garantidos literalmente até debaixo d’água. Outra coisa que é digna de nota é a velocidade com que os jovens de GTV teclam ao celular e usando na maioria das vezes apenas os polegares. Além do vasto repertório de competências que se desenvolvem na exploração do ciberespaço *per si*, é possível observar uma série de novas habilidades motoras que emergem nas experiências de acesso à internet a partir de celulares. A partir do relato de que celular e conexão não precisam ser abandonados nem mesmo durante o banho, torna-se inevitável indagar se existe algum momento em um dia normal dos usuários em que o celular deixa de estar às mãos e de certa forma, acoplado ao corpo. Boa parte dos entrevistados revelou que seus celulares uma vez que substituem os relógios, estão sempre à mão, inclusive a última é a primeira operação por eles realizada em um dia comum, é o manuseio do aparelho. Já levantam pela manhã acordados pelo alarme do dispositivo e o levam para a cama onde continuam conversando com pares e/ou navegando em diferentes domínios da Internet.

[...] O celular se torna uma prótese à medida que, ao ser acoplado aos ouvidos, boca e cérebro, permite amplificar os efeitos da voz, escuta e capacidade de processamento de dados. Através da digitalização é capaz de armazená-los e transmiti-los na forma de bits, realizando, além da amplificação, um a compressão espaço-temporal. Então, torna-se uma prótese identitária por funcionar como extensão e fonte de capital simbólico do indivíduo através do seu: design, material armazenado (músicas,

imagens, vídeos e dados), poder de conexão e acesso à informação, que pode ser utilizado na construção da subjetividade (BENTO, 2008, p.06).

A discussão em torno da relação do telemóvel com a moda é mais densa do que se pode imaginar, especialmente se levamos em conta toda uma reflexão quase que de cunho ontológico, uma vez que hoje a constituição de si para muitos sujeitos está diretamente ligada à presença deste dispositivo de comunicação em suas vidas diariamente. Os celulares e disposição para a conexão literalmente, vestem os sujeitos. GORZ (2005, p.11) chama à atenção o fato de que,

[...] A informatização revalorizou as formas de saber que não são substituíveis, que não são formalizáveis: o saber da experiência, o discernimento, a capacidade de coordenação, de auto-organização e comunicação. Em poucas palavras, formas de um saber vivo adquirido no trânsito do cotidiano, que pertencem à cultura do cotidiano.

Indagado acerca da presença do celular em um dia comum, um entrevistado de 19 anos informou que, muitas vezes, pensa no vestuário do dia a partir da capa de celular que está usando. Ou seja, ele aparece já como referência a partir do qual o figurino pode ser montado. Em algumas situações, indica que troca a capa porque não vai ao trabalho e usa uniforme, logo, não há como fazer muitos acréscimos na indumentária. Assim, o celular torna-se o acessório distintivo, peça que permite sua individualização. Registra também que é comum os mais velhos reclamarem por estar o tempo todo usando o aparelho, mas que os mais novos não o fazem. Goffman (1985) chama a atenção para o fato de que constantemente corpo é empenhado na tarefa de “dramatização” e as performances resultantes desse processo estão enraizadas nas imagens representações culturais de que dispõe o sujeito. Outro aspecto da distinção que o celular e permite segundo ele, é justamente o fato de ter acesso à internet. Enquanto alguns ficam restritos ao SMS, ele acaba atuando como alguém que tem uma janela mais ampla e referência para pedir informações via consulta à internet. Além de que, o fato de seu aparelho ser um Samsung SIII com tela grande que é o desejo da maioria dos usuários em TV. Vemos assim, que o celular é parte de um arranjo maior que é o próprio sujeito se fazendo diariamente.

O corpo pensado como artefato vai sendo produzido diariamente no diálogo entre as possibilidades de conexão e seus suportes. A cultura jovem móvel é marcada justamente por este tipo de processo, onde as TIC's e as linguagens decorrentes de sua exploração ajudam a constituir o corpo-texto. Seja considerando as novas formas de conversação Havelock (1963), “em uma cultura oral, onde a experiência é intelectualizada mnemonicamente, as reflexões e métodos de memorização estão entrelaçados.” (p. 146) ou escrita. A escritura além de ser o

meio privilegiado para a interação no ciberespaço, se expande por outros suportes e máquina é sujeito nesse movimento. Não apenas por possuir formas de agência próprias, mas por fazer parte desse conjunto que é o sujeito transeunte das ruas da GTV. Na escola, na igreja, na açaiteria, no transporte coletivo, no baile funk, no show gospel, o celular segue como parte da anatomia do jovem. O elemento exógeno, técnico e maquínico ganha status como uma espécie de prótese com certa singularidade.

[...] O corpo ciborgue que estamos analisando, através do fazer de gambiarras, nas ruas é corpo de artefatos, isso porque “ao contrário do fato, o artefato surpreende, descobrimos ali uma ação humana quando não esperávamos por isso ” (LATOURE. 2002. p 46) , ou descobrimos nele um conceito para pensarmos formas de mediações técnicas [...] O contrário disso seria dizer, nas palavras de Giorgio Agamben (2013) , que “o único mal consiste no decidir permanecer em débito com o existir, de apropriar se da potência de não ser como de uma substância ou fundamento exterior à existência” (AGAMBEN. 2013. p. 46) Outro contrário seria defender que o ciborgue seja remontado nas dobras mamelucas dos corpos, com suas não usuais e potentes habilidades tornadas peritas (GIDDENS. 1991.p . 115) , promovendo confiança e graça àqueles que desfrutarão dos objetos - caseiros, gambiarras, geringonças, objetos valises amplamente capazes de envolver ... Daí a ideia do ciborgue - mameluco como uma tradição dos povos reinventores de línguas em uma reconfigurada e necessária produção de alteridades ou no sotaque das suas tecnológicas dicções , expressando seu acento marginal ao demonstrar o grau zero por onde se inicia todo e qualquer caminho. Há no corpo mameluco fazedor de gambiarras uma constelação oswaldiana, usando a contribuição dos mil erros (ANDRADE. 1990) e ruídos para afirmar uma existência que nunca coube [e nem por isso deixa de estar, de montar inumeráveis verbos virtualidades ) no tecido da tradição histórica. A tradição linguística - virtual desse Outro (do pobre , do mameluco, da Dona Pequena e de tantos Outros ciborgues) apresenta imposturas e querências que desmentem a orientação modelar europeia, fazendo, desde o marco inventado da letrada Carta de Caminha, tudo balançar. (...) Esse é o corpo que farfalha nas tecnologias de si, produzindo-se e traduzindo-se e inscrevendo-se, para além das primeiras lições escolásticas, para potencializar as condições afirmativas da vida, uma vez que ocupa o tempo do agora, o tempo das virtualidades de si, dissente da tradição domesticadora e apaziguadora. Aqui a pergunta feita anteriormente retorna outra vez em desdobramentos: o que pode o corpo-ciborgue-mameluco? Responder é apostar nos surgimentos e torções, necessidades e riscos mais ou menos coletivizados, de corpos que, desenhando novas paisagens tecnológicas, arriscam outros modos, invariavelmente legítimos de estar (COSTA&FARIA, 2014, p. 56).

A avaliação do celular/conexão-prótese como invasiva, alienante e desumanizadora que acontece, por exemplo, quando os jovens são repreendidos por passaram muito tempo conectados, digitando o *full time*, especialmente via celular é parcial, uma vez que não reconhece esse comportamento como uma linguagem.

[...] Dizer que a escrita é artificial não é condená-la, mas elogiá-la. Como outras criações artificiais e, na verdade, mais do que qualquer outra, ela é inestimável e de fato fundamental para a realização de potenciais humanos mais elevados, interiores (ONG, 1998, p. 98).

Estamos falando de híbridos. A conexão me parece constituir-se como uma das muitas possibilidades de hominização. O acesso a ela contribui no movimento de *autopoiesis* permitindo algum tipo de transcendência espaço-temporal bastante tangível e, quando feita a partir de um dispositivo móvel, todo esse processo é potencializado pelo deslocamento.

[...] Tome cuidado com o latino quando estiver quieto, mas enquanto estiver animado, tudo vai bem” (LANDES. 1967. p.21), escreveu a norte americana Ruth Landes, ao lembrar da musicalidade constante na cidade de Salvador da Bahia, incluindo os alto falantes: “o s meus tímpanos reclamavam, mas o meu coração assegurava que era bom . (p.21). Landes se dobrava ao som que, percussiva e reiteradamente, trazia o corpo afetado, dançante, rodopiante, que rasga o silêncio em intermináveis BG e nos seus inusitados aparelhos sonoros, reconfigurados em instrumentos outros de trabalho, como o trio elétrico cafezinho, o triciclo chaveiro ou a lata de percussão que torra amendoim. São esses alguns dos engenhos do corpo do ciborgue (mixagens entre humano, não humano, técnicas e próteses , que fazem valer o que Michel de Certeau (1994) chamou, cuidadosamente , de ‘arte da sucata’: arte do desvio, retorno do prazer e da invenção. Concomitante às produções desses corpos combinam-se histórias, tempos e lugares, que integram o objeto ao sujeito não como uma prótese apenas, mas como constituições do ‘si mesmo’, como parte extensiva e simbólica da vida comum ou como for ma de reinventar outro tipo de Arte overa para os nossos dias. Nessa arte são as transações híbridas, mamelucas, ciborgues que estabelecem satisfações às necessidades pragmáticas e aos sonhos, criando estéticas descentralizadoras, marginais, sustentáveis. É o corpo que cria/inventa virtualidades tecnológicas em si. (COSTA, FARIA, 2014, p. 07)

Acompanhar esses processos exige também movimento da parte de quem observa. Na descrição da trajetória de um dia com o celular habilitado para o acesso à Internet em punho, pude perceber pela boca do nativo que em cada momento e circunstância seu manuseio exigirá protocolo específico. No trabalho, ele não pode ser usado de forma explícita em função da relação frequente que se faz com a improdutividade e o ócio. Dentro do ônibus, é o recurso para ocupar-se e fazer o tempo passar mais rápido, nas ruas serve como Global Positioning System (GPS). Procurar pensar este sujeito sem o porte do celular, especialmente para a conexão é uma tarefa de higienização e fragmentação perigosa.

[...] Este é todo o paradoxo moderno: se levamos em consideração os híbridos, estamos apenas diante de mistos de natureza e cultura e se considerarmos o trabalho de purificação, estamos diante de uma separação total entre natureza e cultura. (LATOURE, 1994, p. 35).

A conexão e seus suportes, especialmente o celular, vira linguagem, é cultura viva e não apenas parte material e residual de sua expressão. “O objeto técnico pode ser belo de uma maneira diferente pela sua integração ao mundo humano que prolonga.” (SIMONDON, 1958, p. 204). Ele pode representar o que (HEIDEGGER, 2008) compreende como a “abertura do ser no mundo”, não de um ser metafísico, aqui, o ser é como possibilidade de presentificações

diversas é o texto da própria cultura. O antropólogo diante da máquina deve exercitar suas habilidades de percepção “estética”, uma atitude. Marcus (1994), buscando um diálogo com a arte e outras linguagens no intuito de ampliar seu olhar, pensar o objeto técnico, a TIC como “acontecimento”, a própria cultura (pensada como obra de arte por ser produto do ser social criativo).

[...] A obra de arte é a origem do artista. O artista é a origem da obra. Um não é sem o outro. Igualmente nenhum dos dois suporta sozinho o outro. Artista e obra são cada qual em si e em sua mútua relação através da arte (HEIDEGGER, 1977, p. 15).

Inevitavelmente, todas essas reflexões nos remetem à Antropologia do Ciborgue. Ao contrário da identificação ligeira de experiências ciborgues ao uso mais convencional e comum de próteses (substituindo braços, pernas, dentes), é necessário reconhecer como tais outros acessórios técnicos acoplados a um número cada vez maior de sujeitos. A prótese é objeto de consumo que pode ser adquirida inclusive em lojas de móveis onde a maior parte dos jovens consumidores de acesso à conexão de TV adquirem seus suportes (Casas Bahia, Dadalto, Eletrocity, Ponto Frio). “De certa forma os modems estão no centro da política ciborgueana. Ser uma ciborgue não tem a ver simplesmente com a liberdade de se autoconstruir. Tem a ver com redes.” (Kunzru, 2009). Por sua vez, não se pode apostar na noção de ciborgue pensada como identidade universalizante e passiva. A vida urbana, como diz Simmel, intensifica estímulos nervosos (2005) que as TIC’s potencializam e se desdobram em alterações no comportamento que se desenvolvem de maneira indissociática, conforme contexto cultural e repertório de ação disponível ao sujeito. O acesso à conexão via celular é um bem tão demandado em alguma medida por conjugar de forma bastante explícita a materialidade de seus suportes e seus efeitos táteis e visuais como a locatividade e possibilidades de circulação em redes diversas, uma vez que permite a manutenção vivida de *comunidades íntimas a tempo inteiro* (Matsuda apud Ito, 2004).

A identidade pensada a partir das conexões por meio de dispositivos móveis impõe a necessidade de pensarmos ente e ser em bases diferentes. As associações focadas nas relações locais passam a ser facilmente atualizadas ainda que o sujeito esteja em trânsito, numa experiência transcultural. O íntimo e prosaico do cotidiano continuam presentes e de forma intensificada uma vez que posso “*estar com*” meus pares diariamente, inclusive em ambientes outrora adversos a este tipo de troca. As relações locais são móveis, as redes estão se deslocando. Como observamos em campo, a maior parte dos acessos à Internet se faz para travar contato com pessoas da rede local. O Facebook é o domínio preferido dos entrevistados

e o justificam exatamente por encontrar nesta plataforma a sua comunidade “narrada” e “desenhada”. O dispositivo móvel é o passaporte que permite aos entrevistados estar com os seus independentemente de constrangimentos naturais ao deslocamento. Estar entre os seus ainda que em deslocamento não limite o “estar” nos ambientes por onde o usuário de conexão por celular circula. A diversidade de redes nas quais está imerso e a ênfase em uma ou outra se torna mais volátil, o que torna muito difícil pensar em identidades puras, nem mesmo como exercício heurístico.

[...] Sendo assim, seria necessário romper com essa política da identidade e substituí-la pelas diferenças e por uma coalizão política baseada na afinidade e não numa identificação concebida como "natural". O ciborgue seria, assim, o modelo, o mito fundante dessa nova política de identificação construída a partir da afinidade, longe da lógica da apropriação de uma única identidade. (HARAWAY, 2009, p. 45)

A arte digital assinala bem essa relação de complementaridade entre corpos-máquinas-conexão. Gilberto Prado<sup>84</sup> explora bem esse trinômio, mas o que a arte evidencia em lentes de aumento para o olhar comum é o próprio cotidiano que retorna ludicamente o sujeito à reflexão sobre si mesmo. Fazemos parte, em certa medida, de uma “instalação” de arte digital. A conexão possibilitada pelos celulares como parte importante do “arranjo-homem” em

[...] A aposta na centralidade do corpo se inspira em duas premissas. Uma ligada aos estudos de corporificação, ciborguização, biotecnologias etc. e a outra: Afirma a plausibilidade de se tomar o corpo como primeiro e fundamental meio de comunicação, especialmente quando evoca contextos específicos da história da humanidade como aqueles referidos às culturas orais. Dentro dessa perspectiva, o corpo é o suporte fundamental para as formas de comunicação presenciais, que requerem linguagens tais como a fala e os gestos. O corpo, nesse sentido, é a primeira mídia (no sentido de meio de comunicação), condicionando à sua materialidade e aos seus limites percepto-cognitivos as mensagens que através dele são expressas (LEMOS, 2002, p.13).

Quanto à agilidade no uso dos polegares pelos conectados por celular da GTV, ao voltarmos à afirmação da proeminência da mão direita que se justifica na Teoria Antropológica de Hertz (1980) não por sua constituição biológica e sim pela cultura, podemos perceber que a ideia da pureza associada à positividade da direita que torna o uso da mão esquerda residual em muitos sistemas culturais pode ser severamente questionada. Na digitação no celular, pelas próprias condições de espaço entre as teclas, o uso dos dois polegares impõe uma análise cultural

---

<sup>84</sup> Conferir em: PRADO, Gilberto. ECA/USP. Grupo Poéticas Digitais. Disponível em: <<http://www2.eca.usp.br/cap/gilbertto/>> Acesso em 30/04/2013.

pensada a partir da hibridação, sem espaço para a pureza, pelo menos da forma colocada pela tradição antropológica.

A tecnologia emerge como uma técnica corporal híbrida por excelência. O sujeito de que falo, parece equivalente ao que Mauss (1974) identifica como o portador da magia nas sociedades arcaicas. Ele rompe com os padrões de coordenação motora. Consegue sentado no ônibus em movimento, teclar e transitar entre a cidade digital e a cidade “real”. Um processo de alfabetização distinto tão desafiador quanto os tradicionais. Aprender a falar pelos dedos em *touch screen* desafia tanto quanto a assimilação de signos alfabéticos e numéricos, o domínio da escrita em letra cursiva e de fôrma e as regras gramaticais de uma língua. Assim toda uma geração que passou anos treinando caligrafia em cadernos de pauta-dupla, hoje diariamente vive processos muito parecidos no treinamento da linguagem digital em celulares e similares. Se o reconhecimento das expressões coloquiais no aprendizado de uma língua diferente da pátria é um desafio, as abreviações comuns à linguagem dos que “Teclam” (vc, td, Tb, ☺, <3, kkkkk, #, etc.) não demandam menos investimento para a compreensão.

[...] A internet apresentada no celular deverá lembrar que a operação dos polegares é que conduzirá o usuário pelo imenso universo da rede, e deverá promover meios mais rápidos para a localização e entrega de informações, considerando o tamanho e o formato dos aparelhos celulares e de suas telas. Além disso, toda a construção da linguagem da internet deverá considerar que o aparelho celular, mesmo antes da constituição de qualquer sentido, afeta o corpo de uma pessoa (ERTHAL, 2007, p. 60).

Aos olhos dos que não dominam a técnica corporal para conexão por celulares, os meninos diariamente teclando parecem dominar artes divinatórias. Vários pais entrevistados por mim em TV não escondiam o espanto diante da habilidade dos filhos e afirmações como “*não sei onde ele aprende isso*” eram comuns. Assim como o penacho escondido na boca do xamã (LÉVI-STRAUSS, 1975), a expertise digital soa como um poder sobrenatural. Mas, por sua difusão, converte a margem dos “inadaptados” (MEAD, 1979) à cultura local a maior parte dos nativos, pelo menos na GTV hoje.

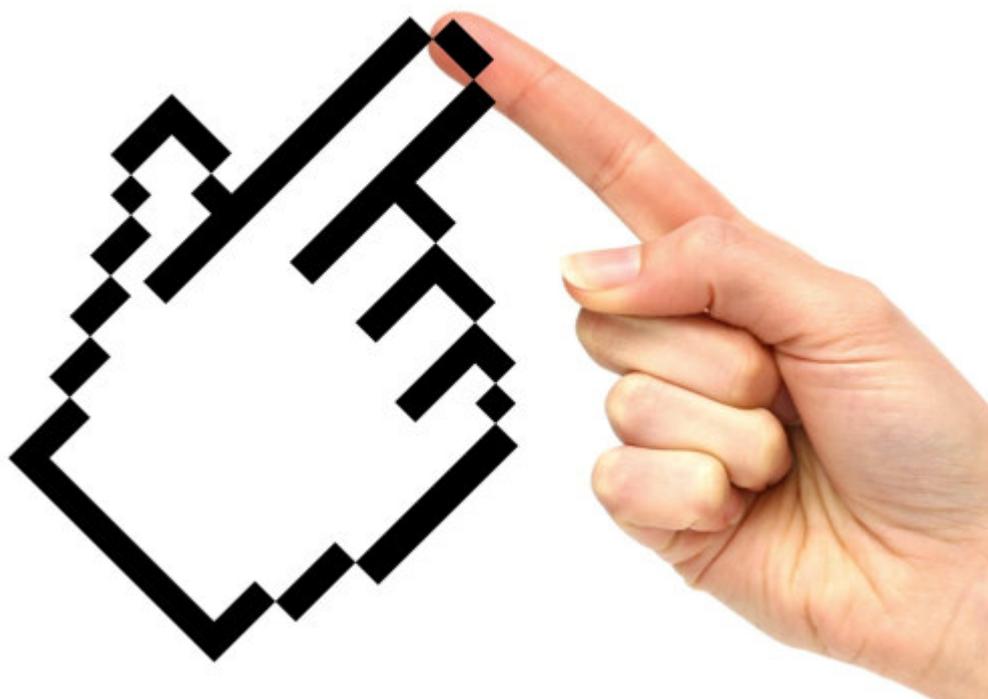
Acompanhando processos de alfabetização já com a presença de computadores em sala de aula na época em que lecionei na escola primária, a escritura aprendida a partir de bases digitais sempre foi algo que ocupou minhas reflexões. Durante a pesquisa etnográfica em TV, observando que entrevistados declaravam já possuíam aparelhos celulares mesmo antes dos 10 anos de idade, essa inquietação voltou aos meus pensamentos. Se o domínio da língua é

parte fundamental do processo de socialização da cultura, entendo que naquela comunidade, o domínio das linguagens desenvolvidas na e pelas conexões já pode ser pensada nos mesmo termos. Ainda que muitos moradores, especialmente os mais velhos, não tenham familiaridade com esse tipo de tecnologia, reconhecem que o seu domínio é importante para a inserção social. D. Joana uma das primeiras moradoras de TV foi enfática neste sentido:

*“Antigamente telefone era importante, agora é internet né? Se os mais novos não correrem atrás ficam de fora”.*

Se o celular é hoje a base para o acesso à Internet mais usada em GTV e reconhecendo a importância que este tem para a maior parte dos moradores, sobretudo os jovens; pensada a partir dos modos de estar dos nativos, seja no vestuário ou em suas habilidades motoras e linguísticas, a conexão deve ser tomada como uma agência criativa, dialógica, híbrida e legítima da comunidade, parte das “formas coletivas de agir ou pensar” (DURKHEIM, 1967, p. 1–38). Assim, “ficar de fora” realmente é uma expressão que faz muito sentido, uma vez que o compósito corpo-celulares-conexão tem papel importante não apenas para a circulação mais ampla como para a navegação no universo nativo. Em outras palavras, é uma construção social forjada na comunidade e fundamental para fazer parte dela.

## 6 - TERRA VERMELHA DIGITAL E AS VIRTUALIDADES DA EXPERIÊNCIA ENTRE O ON E OFFLINE



Extraída de: < [https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws\\_rd=ssl](https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws_rd=ssl)>. Acesso em 03/07/2014.

## 6.1 Terra Vermelha Digital: espaço, redes, fluxos, fronteiras

A pesquisa etnográfica feita tanto a partir de conversas face-a-face, como a partir da própria Internet, usando o chat do Facebook foi um recurso que me permitiu observar aspectos diferenciados da ação nativa, especialmente no que toca aos seus movimentos e à constituição de territórios e fronteiras. Especialmente as reações locais a eventos significativos da vida nacional como as manifestações de rua de junho e julho de 2013, Copa de Futebol das Confederações e a Jornada Mundial da Juventude Católica contribuíram muito para a percepção das interfaces entre as experiências on e offline na comunidade.

Uma das perguntas que fiz aos informantes versava sobre qual seria sua primeira e principal fonte de notícias sobre estes eventos, 99% dos entrevistados com mais de 15 anos informaram que a TV aberta, 01% TV a cabo e 0,0% indicaram jornais impressos, rádio e Internet. Entre os mais jovens, com menos de 15 anos de idade, 72% apontaram a TV aberta, 01% o rádio e 0,0% os jornais impressos e internet como principal fonte de notícias e mobilização para tais acontecimentos.

Tais números não me surpreenderam, pois refletiam bem a disposição das pessoas naqueles dias na região. A atenção dividia-se entre outros eventos: a Copa das Confederações, um show do Luan Santana que aconteceria em Vitória na ocasião e a Jornada Mundial da Juventude Católica.

No Facebook, usando o meu perfil, ao longo da pesquisa etnográfica como já mencionei, adicionava a cada entrevista o informante e outras pessoas por ele indicadas que também moravam em Terra Vermelha. Organizei uma lista com aproximadamente 300 pessoas da região a qual observava diariamente. No período das manifestações, não só nas ruas pude observar que os moradores sequer mencionavam nas primeiras semanas a movimentação como também na Internet. Os usuários postavam de tudo, mas, apenas um ou dois, lideranças de movimento social que comentavam os atos públicos ocorridos naqueles dias. Isso me chamou muito a atenção diante de outras listas que eu mantinha no Facebook. Na maior parte delas, os comentários eram quase que unânimes quanto às manifestações, mas para os moradores de GTV da minha rede, parecia que nada estava acontecendo. É claro que um único domínio da Internet não pode ser tomado como referência para mensuração da receptividade de um grupo a determinados acontecimentos, mas como os próprios

informantes indicavam o tempo todo o Facebook como a plataforma mais usada por eles, entendi que, se não explicava *per si* me dava vestígios muito significativos que o contato face-a-face confirmava.

Além das representações acerca da política que este fato revela, preciosas indicações acerca da movimentação dos consumidores do acesso em experiências on e offline sinalizavam. Embora os moradores da GTV não estejam restritos às dimensões geográficas da região, circulam pela cidade, lidam diariamente com outras comunidades onde trabalham, fazem lazer, comércio e afins, as observações que fiz ao longo da ciberetnografia me revelaram que o investimento da maior parte dos conectados era no cultivo de relações locais. As postagens de texto próprio, links e imagens diversas geralmente são vinculados às experiências dos moradores na vida local, seu cotidiano e dilemas. A dimensão digital da vida da comunidade é materialmente bastante expressiva, de modo que seja visitando casas, ou o comércio local, como aparelhos estatais, de alguma forma a conexão se fazia presente, constituindo complexa malha de infovias explorada de diversas maneiras pelos nativos.

Lemos (2004) denomina a “era da conexão”, a nova profusão de aparelhos com capacidade computacional e de conexão com a Internet pelas cidades. Há também as redes telemáticas ubíquas que fornecem essa conectividade. Os computadores coletivos móveis (CCM), nas figuras dos Personal Digital Assistance (PDA), laptops, agendas eletrônicas e principalmente os celulares, têm ganhado um papel central dentro do cotidiano. Independentemente das condições e qualidade do serviço de conexão que é feito na localidade, torna-se imperativo reconhecer que uma ampla rede sociotécnica se desenrola naquele território, constituindo o que Lemos chama de “Cidade-Ciborgue”.

[...] A cidade-ciborgue é a cidade da cibercultura, preenchida e complementada por novas redes telemáticas – daí derivadas (Internet fixa, wireless, celular, satélites, etc) – que se somam as redes de transportes, de energia, de saneamento, de iluminação e de comunicação. Devemos compreender a cidade-ciborgue como híbrido, composto de redes sociais, infraestruturas físicas, redes imaginárias, constituindo um organismo complexo, cuja dinâmica está acoplada às novas tecnologias da cibercultura, próximo a metáfora do ciborgue. A cidade sempre foi um artifício e hoje essa artificialidade está presa nas garras do digital (LEMOS, 2004, p.2).

As dimensões tangíveis dessa experiência de *cidade-ciborgue* são bastante visíveis quando pensamos na malha de cabos, antenas, dispositivos móveis e equipamentos base de acesso que encontramos na região. Por sua vez não se constitui como um universo amorfo, linear e homogêneo, pois assim como offline “a cidade é estrutura e relações sociais, economia e

mercado; é política, estética e poesia. A cidade é igualmente tensão, anonimato, indiferença, desprezo, agonia, crise e violência.” (ECKERT, ROCHA, 2003), o Ciberespaço é uma das suas possíveis formas de presentificação. Entretanto, a dimensão não tangível dessa experiência dessa urbe é não menos notável.

A conexão permite que os moradores estejam circulando em territórios outros como o ciberespaço, não raras vezes em experiências de co-presença. As entrevistas com moradores nas casas permitiam perceber essas esferas da vida convergindo, como quando um membro da família conversava pelo celular via chat do Facebook com outro conectado via PC de mesa dentro da mesma casa, e ambos mantinham conversas paralelas com outros amigos do bairro. A profusão de redes nos planos on e offline se tocando é bastante intensa e complexa. Essas experiências impõem uma reconstrução das noções de tempo e espaço e, sobretudo, constitui um rico processo onde se recolocam ou são destituídas fronteiras.

A conexão permite de alguma forma a emergência muito próxima do que Augé (Não lugares , 1995) chama de experiência de “não lugar”,

[...] Embora a ideia de não-lugar pareça ambígua, existem diferenças concretas entre os lugares de circulação - aeroportos, shoppings, rodovias, redes ciberespaciais - e os lugares definidos antropológicamente. Todavia, Augé (1994) alerta que não se trata de dimensões opostas ou concorrentes, aliás, lugares e não-lugares se complementam. Quanto à desterritorialização, Deleuze e Guattari (1995) argumentam que tal fenômeno não ocorre sem gerar uma nova reterritorialização, mediante reelaborações de ordem simbólica que podem se referir ao território em si e se estender a diversos campos, como o cultural. Segundo Ianni (1999), a sociedade global desterritorializa quase tudo o que encontra pela frente, inclusive o que permanece territorializado adquire outro significado, emergindo outras conotações para o que é singular, particular, universal (CORRÊA, 2009, p. 02).

A experiência de “não lugar” mediada pela conexão não prescinde necessariamente do deslocamento do sujeito de seus espaços familiares para ambientes propícios ao trânsito, e sim, amplia a possibilidade de transcendência pela residualidade da vivência de pertencimento na própria casa. Leitão (2012) discutindo a construção da “vida” no Second Life salienta a transvalorização que se faz da noção de casa, lar, moradia em ciberambientes,

[...] Os usuários do Second Life referem-se a si mesmos como "residentes". Essa denominação provavelmente remete a outros mundos virtuais anteriores, a exemplo do Active Worlds, que tinha duas categorias de participantes: turistas e residentes. De acordo com as informações obtidas junto a residentes mais antigos, grande parcela dos primeiros usuários do Second Life vinha de experiências anteriores em mundos virtuais 3D como Active Worlds, The Sims Online, Ultima Online ou Everquest. A

denominação residente também é compreensível se considerarmos que boa parte da população do Second Life tem, pelo menos em algum momento de sua segunda vida, uma residência estabelecida no mundo virtual (LEITÃO, 2012, p. 05).

Habitando o ciberespaço, os conectados de Terra Vermelha conciliam experiências próximas com possibilidades de contato entre pares onde em parte, constrangimentos do face a face podem ser burlados. Exemplo disso é poder tratar de questões via chat do Facebook como namoro, sexualidade que seriam constrangidos em ambientes como a casa, a escola, a igreja ao mesmo tempo em que se preservam os requisitos da relação presencial com pais, professores, pastores. Assim, a GTV digital e a GTV das relações face a face são reapropriadas de formas distintas e dialógicas. A modulação do contato online será diferenciada conforme a posição offline do usuário, bem como sua relação com a conjuntura material se formatará também conjugando elementos da vivência online que esteja fazendo. Com alusão ao personagem baudelaireano,

[...] Assim, a cidade do andarilho tem uma história, nem a melhor nem a pior do mundo, simplesmente histórias que configuram referências práticas e simbólicas em que se reconhece ou se constrange nas ruas que perambula, lugares que conhece ou desconhece, espaços que gosta ou desgosta, contextos que lhe atraem ou passam despercebidos. Objetos, eventos não verbais ou verbais, ruídos ou matérias atiram-lhe a atenção sensorial que delinea seu trajeto, seus atos. A cidade acolhe seus passos, e ela passa a existir na existência deste que vive, na instância de seu itinerário, um traçado que encobre um sentido, algo que será desvendado ao seu final. Espaços, cheiros, barulhos, pessoas, objetos e naturezas que o caminhante experiencia em sua itinerância, não sem figuras pré-concebidas. Sua caminhada é de natureza egocêntrica, funcional, mas também poética, fabulatória e afetiva, e por que não dizer, uma caminhada cosmológica como os jogos de memória que os tempos reencontrados proustinianos encenam (ECKERT & ROCHA, 2003, p.01).

Toda a efervescência citadina encontrada nos estudos das Antropologia e Sociologia Urbanas de certa maneira, também podem ser percebidas na cidade em sua dimensão digital. Embora sejam universos distintos e com peculiaridades, não é adequado pensar a cidade como ciborgue na acepção mais higiênica e mecânica do termo. Ela não é uma abstração vivida de forma universal. A cidade digital é um lugar híbrido onde o elemento humano irascível se faz presente. O desafio para a Antropologia do Ciberespaço é dar visibilidade a mais esta forma de experimentação do urbano a partir do ciberespaço. E essa tarefa pressupõe, “no dizer bachelardeano, para se praticar uma boa etnografia de rua o pesquisador precisa aprender a pertencer a este território como se ele fosse sua morada, lugar de intimidade e acomodação afetiva, através dos devaneios do repouso.” (ECKERT & ROCHA, 2003, p. 04). A experiência da cidade-ciborgue de fato, se torna importante para a reflexão das formas de interação que serão construídas a partir dela.

[...] O mundo real é contínuo. Mediante o uso de categorias, separamos os espaços físico e social em áreas com diferentes potenciais de poder, criando a ilusão da descontinuidade. Nas interfaces, encontramos uma região que não pertence a nenhuma das categorias, e ao mesmo tempo pertence a ambas. É uma área perigosa, tabu, de poder manifesto (LEACH, 1975, p. 19).

A comunidade virtual apresenta-se também como espaço onde regras óbvias para convivência da comunidade são ora afirmadas, ora burladas. Torna-se espaço de experimentação e o “perigo”, a “impureza” são vivências possíveis e desejadas.

[...] os indícios corporais, os diversos ‘sinais corporificados’ que identificam previamente um sujeito (Goffman, 1985) são suprimidos na comunicação mediada, criando novas relações e responsabilidades pessoais de acordo com cada ‘roupagem psicológica do eu’ utilizada, alterando o modo como as pessoas elaboram seus laços e constroem regras de convivência (PEREIRA, 2005, p. 128).

Ao etnógrafo, cabe procurar a compreensão das novas formas de expressão de si que são construídas no universo virtual, uma vez que se desdobram numa métrica e conjuntura diferenciada. Neste sentido, volto ao caso da fofoca na escola em torno de uma imagem erótica. A moça deixa o namorado fotografá-la nua durante o ato sexual. A imagem é lançada na rede pelo parceiro e cai no domínio público da cidade digital. A quebra de tabus em torno da sexualidade, do resguardo da intimidade torna-se visível não só pelo fato em si, mas também pela repercussão que ele ganha nas conversas “In Box”.

As mensagens trocadas via chat não são publicizadas, o “In Box” é um dos recursos de resguardo da privacidade nos sites de relacionamentos. Funciona como o “quintal” assim como nos subúrbios:

[...] No quintal as mulheres trabalham e as crianças, que ainda não tem idade suficiente para frequentar a rua brincam. [...] enquanto extensão da casa adquire, em primeiro lugar, um significado de intimidade. O acesso a esta área só é possível literal e metaforicamente, através da casa e, portanto, das “pessoas da casa”. No quintal se expõe uma dimensão da vida cotidiana que é recorrentemente escondida. São os fundos da casa onde se processam os cuidados da higiene, se lava a roupa suja e onde ficam animais e plantas (a natureza a nível doméstico e, portanto, aculturada, mas “fora”). As crianças, de socialização insuficiente, ficam confinadas aos seus limites. Além de ser uma área relacionada à interioridade da habitação, poderíamos de certa forma, caracterizá-la como o interior, pois está mais próxima da cozinha e do quarto de dormir do que da sala. Esta peça formal é quase um prolongamento interno da fachada; uma exposição da casa dentro da própria casa. [...] Em determinados momentos o quintal pode metamorfosear-se em local de festa e reuniões, abrindo-se às pessoas que, não sendo do grupo doméstico, são, no entanto, da casa - amigos, compadres e comadres, parentes e etc. Nessas ocasiões vira uma sala informal. O traço

de união lógica entre quintal e a sala é, então, a hospitalidade (MELLO, SANTOS, VOGEL, 1981).

O lugar no ciberespaço onde o buruburinho acontece é similar ao espaço da “casa” no imaginário cultural brasileiro. Nele, só é feita a comunicação com quem se mantém alguma relação de intimidade, ou partir do convite para adentrá-lo, pode começar um novo vínculo, pois no Ciberespaço a intimidade também é construída. A fofoca, segundo Turner (1980) consiste em:

[...] conversas e rumores sobre os problemas privados dos outros, o que os Ndembu e seus vizinhos, os Luvale, chamam de kudiyong’ola, termo relacionado ao verbo kuyong’a, “amontoar junto”, pois muitos mexericos acontecem no refúgio central e sem paredes das aldeias tradicionais, onde os homens circuncidados e, portanto, socialmente “maduros” se reúnem para discutir assuntos da comunidade e escutar as “novidades” dos viajantes de outras comunidades (TURNER, 1980, p. 231).

Nas “aldeias” virtuais, a fofoca com recurso imagético prolonga a experiência na fronteira da moralidade. A fofoca via Internet é o texto que narra as diferentes reações do grupo à quebra do tabu. Mais do que a fronteira entre o virtual e o material, a conexão permite explorar as fronteiras da moralidade. Em outras palavras, o “não lugar” Internet torna-se espaço para o ensaio da desordem, sua simulação, potencialização e ou reprovação. Embora seja geralmente vista como conduta não adequada, ainda assim, informa sobre a reputação dos moradores incidindo em sua imagem pública. (FONSECA, 2000).

Com frequência, os informantes reclamavam de pessoas que faziam parte de suas redes online, mas que no encontro face-a-face, sequer as cumprimentavam. Esta expectativa em torno do reconhecimento no contato real é intrigante. Não raramente acabam como a opção por bloqueio e/ou exclusão de uma pessoa da rede de amigos online. Embora ninguém tenha um milhão de amigos, há uma expectativa de proximidade implícita nessa queixa. Mesmo que o sujeito tenha mais de mil seguidores no Facebook, por exemplo, importante mesmo são aqueles com os quais mantém convivência mais íntima e assídua. Essa convivência nem sempre prescinde do encontro presencial, mas obedece a uma etiqueta que inclui a cordialidade como curtir postagens, parabenizar no aniversário, marcar em fotos. O não cumprimento destes protocolos pode gerar mágoas, desentendimentos que sinalizam a presença no Ciberespaço das tensões comuns a qualquer tipo de associação.

[...] a ruptura [...] seja qual for o caso, segue-se uma crise crescente, um momento de tensão ou de decisão nas relações entre componentes do campo social – no qual a aparente paz se transforma em conflitos evidentes e antagonismos latentes tornam-se

visíveis. Tomam-se partidos, formam-se facções e, a menos que o conflito possa ser encerrado rapidamente dentro de uma área limitada de interação social, a ruptura tende a se ampliar e a se espalhar até coincidir com alguma linha de clivagem no conjunto mais amplo de relações sociais relevantes no qual as partes em conflito pertencem (TURNER, 1980, p. 39).

Como existe a possibilidade de bloqueio ou exclusão de “amigos” no site do Facebook, o seu uso muito frequente é resultado da convergência online/offline em muitos casos de fofocas na própria rede e fora dela. Decreta-se de algum modo a “morte” ainda que temporária de uma pessoa. A “morte” nesse caso é justamente a exclusão da associação. Uma morte simbólica, social, relacional. Assim como os ritos de passagem nas comunidades tradicionais demarcam em muitos sentidos morte e vida, a exclusão de um amigo na Internet é fato relevante socialmente,

[...] Eu suponho que a maioria das pessoas vai achar que isso é uma bobagem. Mas de um ponto de vista antropológico, faz bastante sentido. Estamos falando de um *rite de passage* e nesse contexto, como se sabe, o uso do simbolismo da morte e do renascimento é extremamente comum. O iniciante "morre" em seu *status* antigo e "renasce" em seu novo *status* (LEACH, 1995, p. 19).

Não é incomum a expressão do desafeto pela restrição ou exclusão de “amigos”, termino de relacionamentos também são frequentes. V.B. (32 anos), por exemplo, disse que um ex-namorado nem chegou a terminar o relacionamento formalmente, simplesmente fez o bloqueio dela em todas as redes sociais no ciberespaço e mudou o número de telefone. Ela, a partir daí passou a lançar mão de postagens melancólicas e indiretas. Também deletou todas as imagens dele do seu perfil e mudou a descrição do seu status de relacionamento. Mais tarde, quando reataram, ela postou novamente as mesmas imagens. Assim, era possível saber quando o casal estava em crise apenas pelo movimento de exclusão de imagens e mudança de *status* de relacionamento que ela procedia. A exploração de indiretas ou no apagamento de fotografias, embora seja uma demanda individual, cria impactos nas redes em que o sujeito circula on e offline. Pode até resultar em reconfigurações em arranjos de parentesco, amizade e políticos. A exclusão de amigos por osmose e em cadeia fazendo valer a máxima popular “quem se mistura com porco farelo come”, revela aos poucos o que Sahlins (1990) chamaria de “Estrutura da Conjuntura”, em outras palavras, as representações coletivas do grupo, as categorias nativas, sendo colocadas em risco diante de um evento significativo, posto pela “Conjuntura da Estrutura”. “[...] As pessoas, enquanto atores e redes de atores têm de inventar

cultura, refletir sobre ela, fazer experiências com ela, recordá-la (ou armazená-la de alguma outra maneira). Discutí-la e transmiti-la.” (HANNERZ 1997).

Mas o que estas experiências têm a dizer em termos de territorialização? Foot-White (2005) em *Sociedade de Esquina* chama a atenção para a importância para jovens da consolidação de experiências de pertencimento a grupos estabelecidos a partir de suas próprias necessidades e demandas. Assim como em experiências de associação em cenário urbano já conhecidas também podemos verificar diferentes marcos de adesão e contrato emergindo no Ciberepaço,

[...] Costumaram a agir juntos. Estavam também ligados uns aos outros por laços de obrigação mútua. Em suas experiências comuns, havia inúmeras ocasiões em que alguns deles sentia-se na obrigação de dar uma ajuda ao outro, e o que fora ajudado buscava uma oportunidade para retribuir o favor. Fortes lealdades de grupo eram sustentadas por trocas deste tipo (FOOT-WHITE, 2005, p. 36).

A formação de comunidades virtuais podem ter motivações e trajetórias diversas. Muitos grupos formados e consolidados minimamente no plano offline tomarão o Ciberespaço como mais um território para suas interações. Da mesma forma que muitos grupos podem ser formados a partir de iniciativas isoladas e por afinidades ou rejeição aos temas propostos no próprio ambiente virtual. Como são muitos os processos de produção de identidades coletivas na Internet, é necessário a fim de entender quem são as pessoas que compõem os grupos, conhecer os grupos “por dentro”, observar as ações dos sócios e os relatos que fazem sobre si mesmos. (FOOTE-WHITE, 2005).

CORRÊA (2009) chama a atenção, apoiada em Augé para as complexas relações que podem ser estabelecidas entre pessoas e a produção da noção de “lugar” e identidade afirmando “a hipótese de que a Internet, enquanto um “não lugar” desterritorializante e sem fronteiras, poderia reterritorializar lugares, comunidades e culturas.” Neste sentido produzir, modificar e ou atualizar representações coletivas e papéis sociais é algo possível e verificável no Ciberespaço e pode ser um bom autenticador empírico desta afirmativa.

Ainda não seria possível afirmar a existência de um regime de ação (modelo de cidade) nos termos de Boltansky e Thévenot (1991) específico ao ciberespaço, mas numa alusão em termos de tipos ideais o *topos* da cidade offline, é constantemente reafirmado e reavaliado na cidade digital.

[...] Rybczynski propõe também um modelo, a cidade do automóvel, projetada para carros e caminhões. Esta seria uma nova modalidade da cidade orgânica que, com suas autopistas, parece dar vazão ao fluxo (transporte e comunicação) deste organismo. É interessante notar que a idéia de rede e de organismo foi proposta já no século XIX por Claude de Saint Simon (Musso, 1997). Este tratava as cidades como uma forma de organismo, construídas através de duas formas de redes: a rede material (energia e matérias primas) e a rede espiritual (dinheiro). Neste sentido, Saint Simon vai influenciar a sociologia urbana da Escola de Chicago e a atual emergência de redes telemáticas. A idéia de cidade como organismo, composto por redes, será importante para a compreensão sociológica da questão urbana. (LEMOS, 2004, p.34).

Diante destas reflexões, não seria imprudente entender o Ciberespaço como dimensão da cidade como experiência híbrida. Neste sentido, as reflexões em torno de fluxos sociais na urbe em GTV não podem excluir o elemento digital. Considerando essa premissa, passei a observar os trânsitos nativos. As discussões sobre fluxos de jovens em espaço urbano de Magnani (2000) foram de grande valia, uma vez com algum esforço, pude reconhecer forma de associação combinando planos on e offline de tipo “pedaço”, “mancha” e “circuito”.

MAGNANI (2000) entende como *pedaço* o lugar onde as associações se fazem de forma mais próxima e cotidiana, a instância intermediária entre casa e rua, o lugar onde o sujeito circula ainda envolto a uma aura doméstica. Afinidade pautada com o compartilhamento de certas regras. Se o grupinho da rua, do beco ou da ladeira se encaixaria numa descrição mais offline do *pedaço* é possível reconhecer que os grupos de conversas em chats, mensagens compartilhadas de SMS e mais recentemente grupos do whatsapp são expressões no ciberespaço deste tipo de associação.

Por sua vez, os jovens dentro da Grande Terra Vermelha e fora dela travam contato com interlocutores mais distanciados, por exemplo, agremiações como times de futebol, escola, igrejas, bailes funk, práticas desportivas no Ginásio Barradão, o trânsito por terminais rodoviários, o comércio local, as *lan houses*, ONG's, a praia e o shopping podem constituir referências dos que MAGNANI (2000) chama de *mancha* como espaço urbano com equipamentos (comerciais, religiosos, estatais) que aludem a uma especialização/afinidade por tipo de atividade e/ou perfil de grupos que nele circulam (*mancha* de lazer como a praça e pizzaria, o baile funk, *mancha* gay, *mancha* religiosa etc.). As *manchas*, quando comparadas ao *pedaço*, atuam como espaço comum preferencial para um maior número de freqüentadores. Do ponto de vista da malha digital, podemos pensar na prática de jogos online e participação em sites/fóruns e páginas de redes sociais temáticas, grupos do Facebook, por exemplo, por escola/turma, fãs-clubes, páginas de igrejas, ong's, dentre outras. Magnani inicialmente não

cunhou a terminologia pensando na cidade digital, assim, aqui não desejo transportar simplesmente estas categorias para a análise do Ciberespaço, mas me apoio na ideia de que falo de uma cidade híbrida onde o digital acontece de várias formas mesmo fora da conexão. A visibilidade dessa complexa experiência de cidade se reforça ainda mais quando consideramos que os jovens de GTV estão se deslocando e o potencial locativo dos dispositivos móveis complexificam ainda mais as associações. É possível em trânsito material co-circular em redes diferentes nos tempo/espaço “virtual” e “real”,

[...] A mobilidade propiciada pelos celulares e as redes ubíquas é uma das principais características que o torna uma mídia tão particular. É interessante observar que existem diferenças entre portabilidade e mobilidade. O portátil, que advém do latim medieval *portátum*, significa “aquilo que se pode trazer, levar, transportar” e remete apenas ao ato de poder ser deslocado de um ponto a outro. O termo móvel, do latim *mobilis*, denomina “causa, razão de ser de qualquer ação”, ou ainda, de forma mais contemporânea, “um objeto ou corpo em movimento.” Aplicado aos aparelhos móveis, neste caso o aparelho celular, não são apenas as características relacionadas às pequenas proporções que fazem com que ele possa ser carregado com liberdade por um indivíduo, mas para que ele seja móvel é necessário que exista uma causa ou razão para ser utilizado em trânsito. Ou seja, são as suas funções e sua capacidade de comunicação com os indivíduos em trânsito que o tornam um aparelho móvel: sua capacidade ou a ação de conectar ao ciberespaço no deslizar pela cidade, escutar música, trocar mensagens, etc. (BENTO, 2008, p.9).

O porte da conexão e equipamentos para ela, na verdade, potencializa a mobilidade e até mesmo a direciona. Neste sentido, bastante ilustrativo é o exemplo usado por Lemos (2007) para discutir as experiências sociais a partir de mídias locativas:

[...] O projeto *Motoboys* (2007) do Zexe48 poderia muito bem ser adaptado para o bairro central ao redor do mercado. Em São Paulo, os motoboys percorrem espaços públicos da cidade com celulares e fotografam, filmam e publicam, em tempo real, suas impressões. Eles usam a potência locativa para dar sentido aos seus percursos e registrar crônicas visuais do cotidiano. Imaginem ambulantes circulando pelo mercado, registrando flagrantes, criando suas próprias crônicas (LEMOS, 2007, p. 13).

Novas relações espaço/tempo vão sendo produzidas e mais que isso, novas concepções acerca deles a partir da mobilidade potencializada pelo porte da conexão. Estas relações e concepções são capturadas por sujeitos que desenvolvem certa expertise para a “navegação”. Navegar no ciberespaço e na cidade “real” torna-se uma habilidade a ser aperfeiçoada. Exige novas competências linguísticas, de recepção e emissão. Para o usuário mais velho que costumava manter o contato com familiares em outras cidades pelo orelhão, valendo-se da

telefonia em GTV nos anos 80, o manuseio do *skype* ou da conversa escrita em ambiente virtual é um desafio que para os mais jovens parece operação muito simples.

[...] As identidades podem ser construídas a partir da habilidade do indivíduo de manipular os signos e as informações capazes de resgatar nos arquivos digitais presentes no celular, como também ao dotar os indivíduos de conexão com as suas redes de relações pré-existentes (seja ela virtual ou real). (LEMOS, 2007, p. 15).

Assim, as demandas para a circulação em domínios cada vez mais complexos, por malhas diversas, estabelece o imperativo quase que universal da conectividade na GTV. “Ser” e “Estar” na cidade passam por usufruir do poder de conexão, que por sua vez passa pelas possibilidades de adquiri-lo. Mais uma vez, os “bens”, como aludiu Mary Douglas (2004), assim como a comida para Strauss (2004), o gado para Evans-Pritchard (1940) se revelam com importantes vetores para pensar a vida social. Em outras palavras: o consumo de acesso à internet é bom para pensar a vida na Grande Terra Vermelha.

Entretanto, a concepção de Cidade-Ciborgue de Lemos (2007) parte de uma avaliação generalizante de associação, aproxima-se muito dos modelos de cidade do “dever ser”. Na avaliação desse autor, há, na contemporaneidade, a emergência de um tipo de experiência urbana fundada em infovias que guardam características gerais comuns. Mas a pesquisa etnográfica, uma vez que procura as experiências locais, por meio delas revela a complexidade do fenômeno. E na que chamo aqui de Terra Vermelha Digital, é absolutamente inviável qualquer tentativa de universalização de premissas. O que encontrei na interação tanto on como offline foi um grande número de redes de associação em franco movimento e interpenetração. E foi, sobretudo, pelo acompanhamento dos informantes em suas performances nas redes sociais que pude perceber que existem muitas cidades digitais em Terra Vermelha. E acompanhar o movimento dos informantes no Ciberespaço não é uma tarefa nada fácil. Eles são muitos, as interações se desenrolam em progressão geométrica, muita informação produzida em pouco tempo e, sobretudo, muitas lacunas e intertextualidade por onde a vida diária dos nativos se revela.

[...] O cotidiano é aquilo que nos é dado cada dia (ou que nos cabe em partilha), nos pressiona dia após dia, nos oprime, pois existe uma opressão no presente [...] O cotidiano é aquilo que nos prende intimamente, a partir do interior’. [...] ‘É uma história a caminho de nós mesmos, quase em retirada, às vezes velada’ [...] Talvez não seja inútil sublinhar a importância do domínio desta história “irracional”, ou desta ‘não história’, como o diz ainda A. Dupont. O que interessa ao historiador do cotidiano é o Invisível (CERTEAU, 1996, p. 31).

Com plena consciência de que muitos aspectos das relações online dos informantes não me foram completamente apresentadas por eles, afinal, entre o público e o “Inbox” existe um mundo de acontecimentos, registrei algumas ocorrências que apresento na sequência.

## **6.2 Facebook: territórios digitais, “sistemas expertos” e devir imagético**

A preferência dos jovens de GTV em suas incursões no Ciberespaço era a navegação no Facebook. O Youtube era bastante usado, mas na interface com o primeiro. O whatsapp e o Instagram eram domínios quase nada explorados. Embora tenham diminuído as idas aos bairros, continuei seguindo-os na e pela Internet e pude perceber que no final de 2013 e início de 2014, a exploração dessas duas plataformas começou de forma bastante explosiva. Mas ainda assim, o Facebook parece ser o ponto de encontro preferencial. A gama de recursos que esse site disponibiliza talvez contribua para ele seja uma espécie de “plataforma das plataformas” em algumas situações para a maior parte das redes que acompanhei. O fato é que os nativos exploram bastante as possibilidades de convergência entre TIC’s, desenvolvem exímias habilidades de manejo dessas potências para a construção dele como um território, um lugar real, tangível ainda que situado na cidade virtual que são surpreendentes.

[...] na variação mesma dos eventos possíveis, existe uma estrutura que torna o espaço apenas mais uma dimensão do social. Para proceder a seu levantamento é necessário registrar as categorias através das quais os usuários se referem aos diversos recortes que distinguem e observar o que neles fazem ou consideram factível (Mello, Vogel e Santos, 1985; p.48).

O território GTV digital é o lugar onde por meio de edição e roteiros próprios, com a apropriação de celulares para fazer imagens e vídeos, o Facebook vira praça privilegiada para o broadcasting de si mesmo e dos pontos relevantes da vida em grupo na localidade. Broadcasting local ou Narrowcasting:

[...] *Narrowcasting* não é uma palavra nova, mas é um dos termos do momento. Querendo ou não, este conceito está alterando as formas e os formatos da comunicação, e é bom que o decifremos antes que ele nos devore. Filho das novas tecnologias, o *narrowcasting* é o irmão do *broadcasting* que saiu do avesso: enquanto o primeiro é mais discreto, prestativo, mira bem seus alvos e preza pela construção de relacionamentos duradouros, o segundo é mais expansivo e sai atirando para todos os lados, esperando que sua lãbia funcione com alguém. Em palavras menos metafóricas, *narrowcasting* é a disseminação de conteúdo para uma audiência específica e está

alinhado com a segmentação, assim como o *broadcasting* está com a comunicação de massa.<sup>85</sup>

Ainda que esses jovens tenham contatos extra-GTV, inclusive com amigos em redes sociais de outros países, fato comum por incrível que pareça, a maior parte do tempo as interfaces privilegiam contatos locais. Um sinalizador disso é o que pude observar em comunidades do Facebook desenvolvidas pelos próprios moradores como espaço para estabelecimento de trocas diversas. Ao acompanhar as trajetórias online de alguns jovens me espantei com a quantidade de pessoas que tinham adicionadas à sua rede, um grande número também de seguidores avulsos e no perfil de alguns deles encontrei dentre os grupos dos quais participam os seguintes:

*#ADD OU SEGUI GALERA – descrição do criador: ==ll► Sejam Todos Bem Vindos(as), Aqui Quem Fala é o Administrador Desse Grupo e Quem Quiser Adicionar Fique a Vontade. Salve Salve é Nois. `••) Vamos adicionar geral, mas sempre mantendo respeito em primeiro lugar: obrigado por ler.*

Este grupo possui 38.736 membros. Nele, as pessoas se manifestam e pedem para ser adicionadas ou seguidas. Como é um grupo aberto, a participação inclui membros de outras localidades, mas a maior parte dos participantes é da GTV, e o criador do grupo também.

Outro grupo também criado por jovens da região é o:

*JOGO DO ADICIONA, PARA AS PESSOAS QUE QUEREM MUITAS AMIZADES NÃO É TOLERAVÉL" , conteúdo sexualmente explícito, racismo, prostituição, preconceito(raça, sexo, etnia, etc.) , discurso de violência , ameaça, agrção por palavras ou qualquer outro tipo.....Dependendo da gravidade podem ser assim chegar a expulsão do grupo !!!  
A REGRA DO JOGO É SIMPLES:*

*1)Você posta*

---

<sup>85</sup> LUBISCO, Marcelo. Narrowcasting, segmentação e outros medos na comunicação. Duplo, Causa e Efeito. Disponível em: <<http://www.agenciaduplo.com.br/narrowcasting-segmentacao-e-outrosmedos-na-comunicacao/>>. Acesso em 04/04/2014.

2) *Aquele que curtir seu post, sua page, entrar no seu grupo, VC ADICIONA, SEGUE, ASSINA!*

3) *Sem restrições, aqui você pode tudo, menos postar pornografia, ofensas... será banido dessa forma.*

*Divirta-se com o jogo.*

Este possui 60. 641 membros, figura na modalidade de tipo “aberto”, além deste encontrei outros: “Me sigam, que eu sigo de volta.” Com 15. 374 membros; “ADD e seguidores” com 11.952 membros; “ WhatsApp, Informações, Contatos, Amigos.” e 5. 692 membros. Neste último, consta seguinte descrição:

*Seja Bem Vindo(a)!*

*O grupo tem como tema:*

- Whatsapp*
- Contatos*
- Amizades*
- Anúncios*
- Fotos (Frases)*
- Informações*
- Vendas*
- e muito mais..*

Muitos grupos estão na modalidade “Fechado” como o “(( BATE PAPO EM SMS )) ES <<” e o “Beija ou Passa ?”

O Facebook aparece assim como uma plataforma de encontro privilegiada e partir dela os contatos são expandidos para outros domínios. Este tipo de grupo criado com a finalidade de expansão de redes de contato já era comum também no Orkut como sinaliza Ramos (2011). Os grupos do Whatsapp normalmente são formados por menos membros e no Instagram, a possibilidade formação de grupos é ínfima. Todos esses fatores, somados às inúmeras alusões dos informantes que apontam o Facebook como local preferencial para navegação e interação

me leva a crer que, em algum momento, esse domínio realmente concentra na GTV Digital um fluxo mais denso de redes.

Toda essa interação que é buscada avidamente nos grupos que apresentei indica a importância das infovias nos processos de socialização local. Como antes destaquei, as noções de “pedaço”, “mancha” e “circuito” de Magnani (2000) são bastante esclarecedoras. Estes grupos quando pensados como parte do circuito por onde se movimentam diferentes grupos no plano da GTV Digital eles inevitavelmente nos levam às redes em suas dimensões offline. Os diferentes “pedaços”, as redes de interação mais específicas que acompanhei (rede religiosa, rede produção cultural, rede parentesco, redes agentes institucionais, rede lazer, etc.) aparecem nos grupos de tipo “ADD ou Siga”. Encontrei neles jovens das várias redes e por sua vez esse rastreamento me levou a eventos.

Quanto à topografia do site do Facebook, as pessoas que são adicionadas no perfil de um usuário são designadas pelo próprio site como “amigos”. Estudos da Antropologia das Emoções afirmam a importância dos afetos, humores e sensibilidades na construção da sociabilidade. Trabalhos como os de Velho (1981) e Dauster (1986) analisam como a emoção se torna um elemento fundamental na construção de projetos de indivíduos das camadas médias urbanas. Duarte (1986) discute o fenômeno a partir de distintos segmentos sociais. REZENDE (2002) também nessa linha de reflexão ressalta que numa grande cidade como Londres, quanto à interação mais íntima entre sujeitos,

[...] Para tanto, era preciso que a amizade fosse construída com uma base inicial de interesses comuns e um senso de humor semelhante. Com o tempo, os gostos podiam até se diferenciar, mas já haveria uma confiança sólida na relação, de forma a possibilitar essa apresentação do ‘*self* verdadeiro’ (REZENDE, 2002, P. 12).

Os grupos do Facebook apresentados, em regra, têm como função a ampliação da rede de amigos. Ao contrário da imagem dos londrinos, a amizade neste nível de interação não passaria pela construção necessariamente da intimidade. Ainda que se cultive a cordialidade nos contatos, apenas as relações mais próximas, que vão para o “In Box” são crivadas por tais critérios que os informantes de Rezende sinalizaram. Em outras palavras, há uma alternância na vida virtual entre a percepção da amizade como simples contato (que pode alcançar um nível mais profundo, dependendo da circunstância) e aquela que pressupõe cumplicidade. Esta oscilação está ligada à percepção circunstancial dos vínculos e associações. Dependendo das

circunstâncias da aproximação, elas podem exercer funções de empoderamento. Receber uma “curtida” ou um comentário podem denotar empatia entre “conhecidos” que passam a “dialogar” como se fossem íntimos e por estes recursos apoiarem-se mutuamente diante de posicionamentos e opiniões por eles registradas em seus perfis. Como no caso de C.S. que compartilhou um mêmeme com a jornalista Raquel Sherazade criticando a vinda dos médicos cubanos ao Brasil. A reação de muitos dos seus amigos foram refratárias à opinião dele, mas da mesma forma, outros apoiaram e com estes ele fez questão de dialogar nos comentários. Assim, a intimidade na construção de amizade no ciberespaço potencializa também relações de poder. (LUTZ, ABU-LUGHOD, 1990).

A busca por amigos no Facebook pode ou não gerar aproximações pautadas na intimidade, mas é claro que quando busca um grupo de “ADD ou Siga”, o usuário está trabalhando pró-diversificação e ampliação das suas redes de relacionamento, o que implicaria na reconsideração da noção de amizade para além do condicionante “intimidade”. Os usuários assim vão segmentando sua rede conforme graus de afinidade e proximidade, o que pode ser observado em quais imagens e de quem sempre “curte”, a quem responde se marcado num post e quase sempre essa seleção reafirma as relações locais. Mesmo com amigos do Brasil todo em suas redes, geralmente serão os amigos da localidade os alvos preferenciais de suas ações no ciberespaço. Entre estes uma forma de se comportar que podia, em certos contextos, ser vista como inconveniente, em função da “amizade” mais próxima, seria aceita sem julgamentos negativos. Portanto, no Ciberespaço a amizade construída com uma base inicial de interesses comuns e um senso de humor semelhante e mesmo a convivência offline em GTV é recorrente. Com o tempo, os gostos podem até se diferenciar, mas já haveria uma confiança sólida na relação, de forma a possibilitar essa apresentação do “*self* verdadeiro” (Rezende, 2002).

Além da formação de grupos e jogos de ADD/Siga, no Facebook existe a possibilidade de divulgação e criação de eventos, onde alguém indica tema, data, local e horário de uma atividade real ou fictícia e convida amigos. Assim encontrei desde a divulgação de eventos religiosos, culturais e esportivos, aparentemente propostos inicialmente em espaço offline como também eventos propostos essencialmente no plano online onde os criadores usam sua vasta lista de contatos para a mobilização on e offline. Dentre esses eventos alguns me chamaram a atenção. Os “Rolezinho no Shopping Boulevard”, “Rolezinho no Shopping Praia da Costa” e “II Encontro na Pracinha de Colorado”.

O grupo “Rolezinho Boulevard Shopping” é um espaço onde membros (estavam registrados 349 membros em 26/06/2014) propõem encontros no estabelecimento que fica bem próximo à Terra Vermelha. Dependendo das potencialidades e alcance da rede de amigos de quem propõe, o evento conta com maior ou menor número de participantes. Este grupo não foi criado para divulgar/convocar um evento específico. Funciona permanentemente como espaço onde a galera pode propor e se articular para passear no shopping.

Outro evento criado no Facebook e que muitos jovens de GTV confirmaram a participação, embora eu não tenha conseguido recolher nenhum depoimento depois do evento foi o “Rolezinho no Shopping 2” ou Rolezinho no Shopping Praia da Costa. Este eu pude observar de perto, presencialmente e de forma inusitada. Aconteceu num domingo à tarde e quando saía da casa da minha mãe, que é moradora da rua onde fica o estabelecimento, me dei conta de que o evento estava se desenrolando por causa da agitação nas ruas e a presença ostensiva da PM. Este evento ganhou visibilidade na mídia local e envolveu jovens de diferentes regiões do município de Vila Velha, e é claro, alguns dos meus informantes da GTV.

Lojistas chegaram a fechar as portas por medo de vandalismo no estabelecimento. Correria, gritaria, tumulto e até brigas marcaram a noite deste domingo (04) no Shopping Praia da Costa, em Vila Velha, por volta das 19 horas. Cerca de 200 adolescentes deram um rolezinho no interior do shopping e, em seguida, permaneceram na portaria. A Polícia Militar foi acionada, mas informou que não houve detenções, apesar das agressões entre dois participantes do evento. Uma das participantes, que não quis se identificar, explicou que o evento, marcado nas redes sociais e chamado de “Rolezinho no shopping 2”, tinha objetivo pacífico. “Viemos apenas passear no shopping, como todo mundo faz. Não há problema nisso”, ressaltou.<sup>86</sup>

Além da convocação para eventos como o rolezinho no Shopping Praia da Costa que chocou tanto a opinião pública local, encontrei na modalidade de grupos do Facebook, este de tipo “aberto” um chamado “Rolezinho” formado basicamente por jovens da GTV. Neste espaço, os participantes podem propor a atividade a qualquer momento, nele encontrei muitos dos meus informantes convocando os membros, indicando dia e horário do passeio. Quando perguntei a um jovem de 15 anos (J.T.D.) sobre essa prática, ele me disse que é uma forma de

---

<sup>86</sup> RIBEIRO, Wesley. Rolezinho em Shopping Vira Tumulto em Vila Velha. A Gazeta. 05/05/2014. Disponível em: <[http:// gazetaonline .globo.com/ conteudo/2014/05/noticias/cidades/1485965-rolezinho-em-shop ping-termina-em-tumulto-em-vila-velha.html](http://gazetaonline.globo.com/conteudo/2014/05/noticias/cidades/1485965-rolezinho-em-shopping-termina-em-tumulto-em-vila-velha.html)>. Acesso em 27/05/2014.

reunir a galera para passear, paquerar. Nem sempre o rolezinho é um megaevento. Inúmeras vezes eu encontrei com grupos de jovens rindo, brincando tanto na orla da Praia da Costa, quanto nos shoppings da cidade. O “rolezinho” na acepção deles parece ser nada mais que um encontro possível num espaço dentro ou fora da GTV, sendo que os shoppings são os locais preferenciais. Essa experiência guarda algumas semelhanças com a narrada por Pinheiro Machado (2014).

[...] Em 2009, eu e minha colega e amiga, Lucia Scalco, começamos a estudar o fenômeno dos *bondes de marca*. Como? A gente reunia a rapaziada, descíamos o morro e íamos juntos dar um rolezinho pelo shopping – o lugar preferido desses jovens da periferia de Porto Alegre. Eles nos mostravam as marcas e lojas preferidas. Contavam como faziam de tudo para adquirir esses bens (descrevemos todas as possibilidades em nossos papers). Havia um prazer e empoderamento nesse ato de descer até o shopping. Eles não queriam assustar, porque nem imaginavam que a discriminação fosse tão grande que eles pudessem assustar. Muito pelo contrário: eles faziam um ritual de se vestir, de usar as melhores marcas e estar digno a transitar pelo shopping.<sup>87</sup>

J.T.D. seguiu afirmando que não achava legal ir ao shopping com muita gente como os rolezinhos mais famosos noticiados pela mídia porque nem dá para andar direito, conversar e as pessoas ficam assustadas olhando de um jeito esquisito. Este depoimento e outros na mesma linha me levaram a questionar se é possível pensar no “rolezinho” como um fenômeno de características gerais uma vez que os meus informantes chamam da mesma forma tanto o encontro de pequenos grupos quanto os massivos no shopping. Esse empoderamento colocado por Machado (2014) e sua conotação política que encontrou no movimento em Porto Alegre não observei na GTV. Eles em geral querem ir ao shopping ou à orla dos bairros nobres e não serem identificados como alguém de uma região do município. Querem simplesmente se encontrar, transitar e não se sentem em déficit em relação a outros consumidores. A observação das performances no Ciberespaço me permitiu perceber dimensões dessa prática que passei a explorar também nas conversas reservadas Inbox que me levam a avaliação de que há tantos tipos de rolezinhos, quanto há redes de relacionamentos em cada localidade do Brasil. Sem dúvida, o passeio no shopping uma vez que é proposto no e pelo Ciberespaço revela o quanto o acesso à Internet é importante fator de intensificação de associações entre os segmentos mais jovens da GTV. A ideia de isonomia é muito forte entre eles. O desejo não mostrar nada a ninguém, ao contrário, querem circular sem serem identificados como moradores desta ou aquela região. Segundo Torquato (2013):

<sup>87</sup> MACHADO, Rosana P. Etnografia do “Rolezinho”. Revista Carta Capital, 15/01/2014. Disponível em: < Rosana, <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/etnografia-do-201crolezinho201d-8104.html>>. Acesso em 07/03/2014.

[...] Essa invenção do cotidiano se constrói graças ao que Certeau chama de “artes de fazer”, “astúcias sutis”, “táticas de resistência”, que vão alterando os objetos e os códigos, e estabelecendo uma nova apropriação do espaço e do uso ao jeito de cada um. O autor acredita nas possibilidades da multidão anônima abrir o próprio caminho no uso dos produtos impostos pelas políticas culturais, numa liberdade em que cada um procura viver, do melhor modo possível, a ordem social e a violência das coisas (TORQUATO, 2013, P. 27).

Mello (2009) também ressalta essa experiência a partir da discussão sobre a presença dos ciganos na cidade do Rio de Janeiro,

[...] A etnicidade se emprega, dessa forma, como um conceito de organização social. Como sugere Barth, ela permite a interpretação das fronteiras e das relações dos grupos sociais em termos do repertório seletivo de contrastes culturais que são empregados emblematicamente para organizar identidades e interações (Barth, 1984). Por isso, os ciganos, diante da possibilidade de sua identidade ser colocada em relevo, desenvolveram uma forma particular de gestão das impressões. Em outras palavras, na medida em que sua identidade étnica representava um estigma social havia uma preocupação constante dos oficiais de justiça ciganos em manipular sua identidade no decorrer das interações. Assim, através de manobras dilatórias, os calon construíram um relativo isolamento (MELLO, 2009, p. 73).

Embora essa busca por isonomia ou, em alguns casos, pelo isolamento possa ser qualificada como uma forma de resistência, uma tática para desconstruir o estigma ou se livrar dele, o tom da fala nativa sugere mais que isso. É a busca por entretenimento e uma forma de juntar os amigos ou conhecer pessoas que parece ser a principal motivação desses jovens em seus rolezinhos nos shoppings. Há de alguma maneira, uma negação implícita na diferenciação comumente estabelecida entre playboys e abas retas. Assim como (MIZHARI, 2006) indica acerca dos jovens da periferia carioca, há uma demanda por afirmação sim, mas a partir de si mesmo. Faço parte da galera de GTV, minha condição de estabelecido se constrói a partir das relações endógenas. De forma que, pouco importa se o playboy ou o emergente no shopping me olham de forma esquisita, não é em relação a eles que desejo me distinguir necessariamente. Minha ação quase sempre é dirigida para impressionar os meus pares. Postar fotos de passeios ao shopping é um dos recursos de aludir a ação fora da GTV em termos materiais, mas nela em termos simbólicos.

Mas além dos rolezinhos ao shopping, há outras modalidades de evento propostos no Facebook, que reúnem muitos jovens na própria GTV e bairros próximos como é o caso do:

*II encontro na pracinha de colorado: VAMOOO QUEEE VAMOOOO \*-\**

*x BEIJA NA BOCA !*

*x FOTOS !*  
*x NOVAS AMIZADES !*  
*SEM BRIGA POR FAVOR !*  
*E ESTOU VENDO O TO NO FLASH !*  
*Domingo, 13 de julho Às 16:00h – Jardim Colorado*

**Figura 24** – I Encontro na Pracinha de Colorado



Extraída de: <<http://Facebook.com.br/>>. Acesso em junho de 2014.

Nesses encontros não há um palanque, barracas de venda de alimentos ou animadores. São abertos, com um número muito grande de jovens, muitos carros de som fazendo duels. Dentre os objetivos que os participantes indicam estão a possibilidade de conhecer pessoas, trocar contatos, ampliar seus add e/ou seguidores, beijar na boca, etc. Estes eventos aparecem como oportunidades de lazer criados pelos próprios jovens que ocupam espaços públicos e/ou privados que servem como “manchas” no sentido de Magnani (2000). Para esses eventos normalmente esses jovens escolhem certo figurino onde é bastante comum a presença de roupas das grifes que curtem.

Sarlo (1997, p. 36), afirma que “*A juventude não é uma idade, e sim uma estética da vida cotidiana.*” E de fato, o que observei neste tipo de encontro é um número enorme de pessoas de várias idades, mas como adornos muito parecidos: forma de vestir, som apreciado, gestual. Eles ficam agrupados em torno de carros de som e a caminho do evento o que vi foi uma verdadeira romaria de jovens, que apareciam de todos os lados com tênis, bermudas e bonés, cordões de prata, shorts e sempre celulares em punho para garantir que cada momento fosse registrado e postado nas redes sociais, o que reafirma que também pela mobilidade “nas classes menos favorecidas a porta de entrada para o mundo digital costuma ser o celular, seguido pelo computador.” (CASTRO, 2012 p. 67). O som que podia ouvir já de longe era uma confusão de fontes de Funk. Estava de carro em alguns desses eventos e quando chegava nas praças, uma espécie de adrenalina contaminava o lugar, uma ambiência muito vibrante, tanto pelo volume e batida do Funk, como pelo número de pessoas. Condicionada a modelos de eventos tradicionais procurava por palcos, microfones, numa expectativa de encontrar um núcleo organizador do evento, o que obviamente não identifiquei, no máximo indicações de grupos onde os convocadores do evento poderiam estar, mas que pareciam pouco importantes para os informantes. Esse tipo de encontro de jovens é muito comum na Grande Vitória. Normalmente acontecem em espaços sem muitos recursos de lazer, sobretudo em praças amplas, sendo eminentemente campais. O entretenimento fica por conta da interação sem mediadores convencionais como palanques, um animador, atrações artísticas, presença da Polícia Militar (aliás, em todos os encontros desse tipo que fui, a polícia não permanecia no local, eventualmente passavam viaturas na ronda costumeira pelo bairro), parecem descoordenados, mas metaforicamente assemelham-se a um grande caleidoscópio onde em termos materiais e presenciais podem ser vistas as várias redes de associações circulando e se cruzando. Este tipo de evento é bem diferente, por exemplo, das atividades realizadas pela CU (Coletivos Unificados) do ES. Os diversos Coletivos (Assédio Coletivo<sup>88</sup>, Femenina<sup>89</sup>, Colarta<sup>90</sup>, Canellada<sup>91</sup> e outros) costumam realizar atividades públicas e intervenções urbanas

---

<sup>88</sup> Conferir em: Assédio Coletivo. Perfil no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/assediocoletivo?fref=ts>>. Acesso em 04/03/2014.

<sup>89</sup> Conferir em: Coletivo Femenina. Perfil no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/coletivo.femenina?fref=ts>>. Acesso em 04/03/2014.

<sup>90</sup> Conferir em: Coletivo Colarta. Perfil no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/coletivo.colarta?fref=ts>>. Acesso em 04/03/2014.

<sup>91</sup> Conferir em: Coletivo Canellada. Perfil no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/coletivocanellada?fref=ts>>. Acesso em 04/03/2014.

também usando a Internet como importante espaço de discussão, preparação e mobilização, entretanto, essas atividades são mais formais, com um roteiro a ser cumprido e uma proposta político-ideológica motivadora. Os encontros como o de Colorado são livres, espontâneos e fluidos.

Esses eventos mostram a indissociação entre os planos on e offline na interação social, porque eu, como boa parte dos que ali estavam, tinha como referência as imagens de Facebook dos participantes. Reconheci muitos rostos. Além disso, eles me permitiram ver funcionar o que Castro (p. 68) chama Fator F: “friends, fans e followers”. No Facebook, como em outras plataformas, a manutenção e ampliação desse triângulo é um dos desafios mais caros. Nesta triangulação, as práticas de Broadcasting e Narrowcasting são recursos importantes para pessoas e grupos marcarem presença e posição na cidade digital. A portabilidade dos celulares permite garantir que, na locomoção, essa tríade seja explorada.

Acerca da sociabilidade juvenil em espaços públicos MELLO e VOGEL (2004) afirmam:

[...] A vida na rua se distingue, em primeiro lugar, por formas diferenciais de apropriação do espaço e alocação do tempo. O espaço, onde costuma desenrolar-se, é o centro da cidade. Este, porém, encontra-se dividido em territórios, cada qual estruturado a partir do epicentro de algum logradouro público, em geral, praça. Um território compreende toda uma rede de pontos da qual fazem parte os lugares preferenciais de atuação das turmas, além de toda uma série de trajetos, circuitos, rotas, atalhos, mediante os quais esta rede se integra. Aos mapas cognitivos da cidade, em particular em cada um de seus recortes territoriais, cabe articular lugares de reunião, pontos de encontro, ‘lugares de dormir’ (mocós), áreas de ‘caça’ e pontos de apoio (MELLO, VOGEL, 2004, p. 10).

Partindo da hipótese de que esses territórios se desdobram também no Ciberespaço, é possível reconhecer esses grandes encontros como experiências híbridas e concomitantes de circulação nos planos on e offline. O encontro já começa no próprio convite para ele no feito no Facebook com os comentários que os possíveis participantes fazem e as conversas a partir de posts e certamente no In Box, de maneira que a chegada à praça é mais um momento desse complexo, denso e processual evento que permanece vivaz também no ciberespaço com postagens de imagens e comentários diversos e conversas entre participantes via página do Facebook.

A identificação de “lugares” nos territórios digitais que emergem das interações no ciberespaço na GTV muitas formas. Estes lugares, a exemplo dos eventos destacados, revelam

“pedaços” em suas dimensões on e offline. Um desses lugares é bem perceptível na rede de produção cultural. Nesta rede, um dos jovens que segui J.D. (20 anos) em seu circuito on, encontrei rastros e inscrições de suas performances em apresentações do grupo de dança do qual participa, a academia onde dá aula da dança, a página do grupo de dança mais seu perfil e grupo de dança no Facebook.

**Figura 25** - Bonde do Kebra quatro garotos funk melody – aulas de dança por 35 reais



Extraída de: <<https://www.facebook.com/jefferson.dias.9028?fref=ts>>. Acesso em 07/01/2014.

**Figura 26** - Grupo: Eu <3 a Dança Prof: Jefferson e Jhon. (Academias)



Extraída de: <<https://www.facebook.com/jefferson.dias.9028?fref=ts>>. Acesso em 07/01/2014.

**Figura 27** – Apresentação de dança



Extraída de: <<https://www.facebook.com/jefferson.dias.9028?ref=ts>>. Acesso em 07/01/2014.

O Facebook é explorado por esse jovem como espaço de divulgação do seu trabalho que acontece em escolas, academias e mesmo em algumas igrejas. Nele divulga os horários e os valores das suas aulas, as datas de apresentações, dá visibilidade por meio de fotos aos resultados e, principalmente, mobiliza redes diferentes de agentes na GTV. Em torno de seu trajeto, encontrei a página do grupo de dança do qual participa e uma rede de efervescente operação do fator “F” (friends, fowlers e fans) em páginas de fã-clubes na tarefa de “controle de impressões”.

### 6.3 Percurso dos movimentos sociais no território digital

Outra rede bastante ativa no Facebook é movimentada pelos seguidores do GG5/Banco Terra. A Ong desenvolve muitas atividades e o ciberespaço é bastante explorado como universo de divulgação das atividades. As lideranças deste grupo são bastante “conectadas”. Em muitas conversas elas ressaltam como o advento da Internet facilitou o processo de mobilização de seus quadros e envolvimento da comunidade em suas atividades. Mas ainda não arriscam a aludir todo o envolvimento que conseguem ao fator internet. Neste sentido, Castañeda (2014, p. 35) considera a interação entre outros movimentos de apropriação de recursos de comunicação para a mobilização no movimento zapatista como fundamentais para as ações do movimento:

[...] Muitas organizações usavam a internet, mas também fax, conferências telefônicas, cartas e outras formas de comunicação. Essas redes de comunicação foram essenciais para a rápida disseminação de informação relacionada com Chiapas e para rápida mobilização de observadores internacionais de direitos humanos. Schulz (2007b) assinala que os públicos mais amplos foram atingidos por televisão, rádio e mídia impressa, enquanto a manifestação de massa na praça central em frente ao palácio presidencial foi o mais visível instrumento de pressão sobre o governo mexicano. Por fim, a internet foi muito importante para a disseminação da informação e pelas ligações de ativistas-chaves com países pós-industriais e com organizações no México. Os *e-mails* foram fundamentais, por exemplo, para convocar uma mobilização internacional geral em 16/02/1997, pelo aniversário de um ano dos acordos de San Andrés (CASTAÑEDA, 2014, p. 35).

A convergência no sentido jenkeneano é um elemento importantíssimo na construção das redes, sobretudo, na sua manutenção. As organizações populares, por vários motivos, rapidamente descobriram as potencialidades da apropriação de várias formas de disseminação de informações. Dentre os motivos, a própria precariedade de aparelhos de infraestrutura pela qual historicamente é marcada a organização popular, vê na Internet e sua expansão um caminho bastante produtivo para a intensificação de suas ações e projetos.

As postagens do IGG5 não recebem muitas curtidas no Facebook, mas, quando indagados acerca da importância Internet para a mobilização, os moradores ressaltam a sua importância para a circulação das informações.

[...] O uso da internet como tecnopolítica abre novos terrenos de conflito político para vozes e grupos excluídos da mídia hegemônica e aumenta o potencial de intervenção de grupos opositoristas, expandindo potencialmente as oportunidades de democratização. Van Aelst *et al.* (2002) argumentam que a internet parece ter reconfigurado a participação na política: de um lado, a ação política se tornou mais fácil, rápida e mais universal; de outro, as TICs baixaram os custos e obstáculos de organização da ação coletiva de forma significativa. Os autores se voltam para os

impactos que esta nova mídia no sucesso dos recentes protestos por uma globalização alternativa e na formação de um novo movimento social. (CASTAÑEDA, 2014, p. 40)

**Figura 28** – Atividade promovida pelo IGG5



Extraída de: <<https://www.facebook.com/pages/Instituto-GG5-de-Desenvolvimento-Comunit%C3%A1rio/255894504467134?fref=ts>>. Acesso em: 07/08/2013.

**Figura 29** – Peça de divulgação de evento promovido pelo IGG5 no Facebook



Extraída de: <<https://www.facebook.com/pages/Instituto-GG5-de-Desenvolvimento-Comunit%C3%A1rio/255894504467134?fref=ts>>. Acesso em: 07/08/2013.

Além do perfil do GG5, a página “Terra Zine” que funciona desde 2011 serve como um desses canais de informação a partir do Facebook:

### ***Sobre***

*Empreendimento da ECONOMIA SOLIDÁRIA, da Regional TERRA VERMELHA - VV-ES  
Iniciou em maio de 2007 e agrega jovens da região.*

### ***Descrição***

*A Unidade Produtiva Terra Zine foi criada em maio de 2006, quando a comunidade precisava de um grupo para dar continuidade ao Informativo “Riquezas da Terra”, o grupo de jovens da região 5 de Vila Velha-ES também desenvolveu o 2º número da Cartilha “Juntos somos fortes” para o Banco Terra e “Canelinha Verde” para o MOVIVE.*

*O TZ também foi responsável pela EIC(Escola de Informática e Cidadania)formando mais de 50 educandos de todas as idades durante 1 ano e meio.*

*Por algum tempo o grupo ficou parado, sempre trabalhando junto ao Instituto GG5 que sempre forneceu uma sala, computador, internet, impressora, etc. para o desenvolvimento dos trabalhos que contou com um Cineclube semanal, participação na FESOL(Feira de Economia Solidária), participação em Fóruns de Economia Solidária e apoio nos eventos da comunidade.*

*mais em: <http://cirandas.net/ntv/blog>*

Vale ressaltar aqui mais uma vez os relatos de Dettman e Flávio em torno da gestão de créditos de telefonia celular para a garantia da comunicação intragrupo. Faz parte do imaginário das trocas em uma economia solidária a circulação do bem “acesso à Internet”. O empréstimo de chips, opção pelo uso desta ou aquela operadora apelando a amigos, parentes e vizinhos é muito comum. Se alguém da família tem bônus de uma operadora, empresta o chip ou faz uso do *beeping* que certamente será retribuído em outra ocasião. Os programas de bônus que incluem ligação sem cobrança entre chips da mesma operadora ou o recarregamento de créditos somados ao acréscimo de certo número de SMS gratuitos são geridos de formas diversas e muitas são as estratégias para o seu aproveitamento, que só se tornam possíveis pela interação entre membros de uma mesma rede, que atualizam trocas complexas no intuito de maximizar o aproveitamento do poder de conexão. Reuniões são marcadas e até mesmo programadas em ambientes virtuais, a divulgação de atividades e os resultados do trabalho das organizações é fato muito comum, o que de alguma forma constitui estratégia tanto de gestão quanto de mobilização. A Internet tornou-se efetivamente um elemento indispensável às lideranças que relatam com entusiasmo como o seu advento facilitou suas ações e mesmo a superação de problemas de infraestrutura que no passado eram serviços de alto custo e que hoje podem ser acessados no Ciberespaço como a produção de

vídeos, playlists, e diagramação de informativos.

#### 6.4 Percurso dos religiosos no Território Digital

Na rede religiosa, a “PJ Navegantes”, é outro perfil do Facebook que reúne um grande número de participantes da Pastoral da Juventude da Paróquia de Nossa Senhora dos Navegantes, conjunto de CEB's da Região V onde se encontra a GTV. O perfil tem 779 amigos adicionados, dentre os quais, boa parte da rede religiosa que acompanhei. Neste perfil, encontrei franca interação e divulgação de eventos. Mas, diferentemente dos rolezinhos e encontros livres em praça pública, as atividades comentadas e divulgadas neste perfil revelam uma interação mais orgânica nos termos durkhameanos, baseada em laços fortes sinalizados pelos comuns encontros offline também. São grupos de jovens que se reúnem semanalmente e constroem preferencialmente os eventos em âmbito offline. Ainda que troquem muitas informações e ideias online, o fato de estarem vinculados a um a instituição torna o encontro e as decisões presenciais fator de validação das ações.

**Figura 30** – Pastoral da Juventude da Paróquia N.Sra. dos Navegantes



Extraída de: < <https://www.facebook.com/pj.navegantes?fref=ts>>. Acesso em: 16/10/2012.

**Figura 31** – Peça de divulgação de evento da PJ Navegantes no Facebook

**CONVITE**

***O Grupo de jovens JUNC, convida a todos  
para o aniversário do grupo.***

***No dia 11/08/2012 as 19:00hs na Comunidade  
Divino Espirito Santo.***

***Celebração da palavra as 19:00hs***

***Atrações: Barraquinhas,  
Comidas Típicas, Quadrilhas,  
Banda Betina e muita animação.  
Venha e traga toda sua família.***

*“Estou fazendo uma grande obra  
de modo que nao poderei parar”*



*Jovens Unidos na Nação de Cristo*

Extraída de: < <https://www.facebook.com/pj.navegantes?fref=ts>>. Acesso em: 02/08/2012.

Em 2013, acompanhei boa parte do processo de mobilização que este grupo realizou para a Jornada Mundial da Juventude Católica que aconteceu na cidade do Rio de Janeiro. O Facebook foi espaço privilegiado de mobilização e informação. As trocas eram feitas praticamente *full time*. Essa atividade repercutiu e movimentou mais as redes no Facebook em termos de números de posts e diálogos que as manifestações de Julho de 2013, como já destaquei no texto em outro momento. Antes, durante e depois do evento as postagens foram muito intensas.

Saída de ônibus, dúvidas quanto ao que levar na bagagem dentre outras coisas eram conteúdos frequentes de postagens, o que revela que, mesmo numa rede cuja relação face-a-face é muito valorizada, o ciberespaço não é minorado. Se não valida certas decisões, contribui imensamente em suas execuções. Algumas atividades em preparação pré-jornada guardam muitas semelhanças com o que pude observar em outro momento junto ao movimento estudantil dos alunos da graduação em Ciências Sociais da UFES. Naquela ocasião, (entre 2006 e 2011) usando uma comunidade do Orkut, os estudantes não apenas propunham como organizavam e mobilizavam online eventos offline como assembleias, manifestações e festas.

Tanto a rede da PJ Navegantes, quanto o Centro Acadêmico Ciências Sociais (UFES) usavam o espaço on intensamente, mas ainda consideravam que o referendo das ações deveria vir do encontro presencial offline, creio eu que pelo seu vínculo institucional e pelos constrangimentos que estes estabelecem. Os grupos da rede religiosa e geral como sinalizou Meinerz (2004) na investigação da construção do imaginário em torno da sexualidade por jovens evangélicos, dentre as formas de mobilização mais atrativas são os eventos culturais e possibilidades de lazer em geral que as congregações organizam e a paquera, o namoro e mesmo o encontro sexual geralmente começam a partir deles. Sendo assim, há uma orientação de que os relacionamentos não sejam buscados no “mundo”. Um claro incentivo para que os pares se formem no interior desses próprios grupos que são relativamente fechados sob a representação de si do tipo “muitos são chamados, poucos são escolhidos”. O que em parte explica o menor número de participantes em páginas de igrejas no Facebook e também do número de amigos que os membros têm nessa rede social, o que não se repete em outras redes de associação na GTV digital. Muitas imagens são feitas durante eventos presenciais e exibidas em redes sociais e a partir da apreciação delas o grupo se ocupa por horas rememorando e fabulando. O acesso à Bíblia também é feito pelo ciberespaço, ainda que reprovado por sacerdotes, não deixa de ser um recurso comumente usado. O fato da adolescente informar que é mais fácil esquecer a Bíblia em casa que o celular é um bom indicativo da preciosidade das TIC's, inclusive para alimentar a fé.

**Figura 31** – Jornada Mundial da Juventude Católica



Extraída de: < <https://www.facebook.com/gleidi.paulino?fref=ts>>. Acesso em 01/08/2014.

## 6.5 Percurso das redes de produção cultural e entretenimento no Território Digital

Quando estabeleci os primeiros contatos com agentes da rede de técnicos e monitores de informática que atuavam em espaços de acesso das várias instituições da região, conheci um rapaz que tinha deixado a monitoria para abrir um negócio de entretenimento, um campo de paintball. Na primeira tentativa de conversa, ele já foi bastante restritivo, indicando que não tinha muito tempo para bater papo, uma vez que seu negócio demandava muito a sua atenção. Curiosa, procurei conhecer o grupo de paintball e a partir dele me deparei com outra de rede de interação muito ativa e densa, que compreendi como parte do que chamo rede de produção cultural e entretenimento. Nela, além dos membros do Núcleo Terra Vermelha de Vídeo, do Bar da Mery, das bandas de música Gospel, cheguei ao “Bonde do Kebra”, o grupo de dança do qual faz parte o JD, o próprio ginásio “Barradão” e academias.

O circuito de lazer é muito diversificado: a praça, a açaiteria, as igrejas, as casas de shows e as academias. Muitos dos jovens com os quais conversei movimentam-se nesse circuito de pontos bastante heterogêneos. E todos exploram muito o Facebook como espaço de encontro e interação, seja por meio dos perfis, seja pelos grupos específicos a que vão se formando. O grupo da turma de dança da academia, o grupo da equipe vencedora do paintball, o grupo de fãs da banda gospel são exemplos de associações desdobradas nesta rede em sua dimensão digital. Estes grupos me permitiram perceber a intensa movimentação on e offline propiciada pelo cruzamento de redes distintas. Segui-las assemelhava-se ao encontro diário com um caleidoscópio de configurações extremamente complexas.

As formas de lazer que parecem mais exploradas pelos informantes, assim como a própria conexão sempre envolvem investimentos monetários. Frequentar a academia, o paintball ou mesmo ir à açaiteria implica em desembolso. O consumo serve para sinalizar fronteiras diversas, mas por outro lado também pode ilustrar o afrouxamento delas. Em cada ponto de compra do entretenimento nesse circuito, é possível encontrar pessoas de redes muito diversas. “a qualquer hora, em qualquer situação ou por qualquer motivo, as mais variadas práticas de consumo se apresentam como socialmente indispensáveis.” (CASTRO, 2012 p. 61). Assim, frequentar esses espaços pagos em certos momentos representa condição *sine qua non* para a manutenção da vida social. E certamente, o registro dessas experiências e habilidades, por exemplo, por meio de imagens que serão exibidas na Internet são práticas fundamentais para alimentar os fluxos de interação e também de consumo.

Thorstein Veblen (1983) argumenta que, dentre as motivações não explícitas de algumas práticas prefigura a emulação, por meio do qual honra e prestígio podem ser facultados ao sujeito por meio da posse de objetos. Se uma das possibilidades do consumo é conferir distinção, na compra do lazer e do entretenimento, esse expediente também é viável. As redes de interação que se cortam a partir do circuito de entretenimento e produção cultural são marcadas pela presença de empreendedores bastante atentos ao potencial da conexão para o sucesso de seus negócios. Assim, alimentam constantemente os perfis pessoais e organizacionais como imagens, comentários e post's agregadores. Interessante notar que ainda que sejam mantidos perfis das organizações (academia, banda, grupos diversos), é nos perfis pessoais dos proprietários que as interações se dão de forma mais intensa. Eles emergem como lideranças, pontos de rede importantes. Estabelecer relações online com eles pode ser importante indicador de pertencimento e passe para circulação em certos espaços e grupos. Mais uma vez, o *narrowgasting* aparece como recurso potencializador não apenas de interações, mas de práticas de consumo. A interação com o dono da academia ou do campo de paintball implica consumo ainda que escasso destes serviços. Por sua vez, mesmo consumindo os serviços, não se “compra” literalmente o pertencimento. O sujeito precisa investir muito tempo em ações que intensifiquem esse consumo, dentre elas está a “boa” performance nas redes sociais. Como bem destacou M.C., a manicure, “tem gente que ficar postando foto da academia só para dizer que é amiga da dona, grande coisa isso.” Por trás da fala de MC, existem múltiplos sentidos implícitos. Ao mesmo tempo em que ela “condena” a prática, reconhece que ela surte algum efeito, também supõe que podem se tornar legítimas no mesmo modo on. As conexões aparecem assim como elemento muito importante para um tipo de associações na Grande Terra Vermelha, de forma que,

[...] Considerar as relevâncias teóricas das interações entre comunicação e consumo é fundamental para localizar a análise proposta em campo de ação no qual a produção imaginária dá-se em interação com toda uma rede de materialidades. Pensar o consumo é fundamental para investigar as possibilidades estéticas e éticas por ele engendradas (ROCHA. 2012, p. 240).

Outro episódio narrado por M.C. se desenrolou, segunda ela, na linha de ônibus Terminal de Itaparica-Terra Vermelha. Ela contou irritada que, voltando do trabalho certo dia já tarde da noite, um grupo de rapazes de celular em punho com som muito alto confrontou passageiros, cobrador e motorista. Diante das reclamações relativas ao volume da música, muitos deles lançaram notas de cem reais no caixa e celulares de diferentes modelos que afirmavam ser

fruto de roubo na orla da Praia da Costa. Dizendo que, se fosse pelo dinheiro e posse de celulares, eles mandariam no ônibus e escutariam o que quisessem e na altura que eles mesmos determinassem. Além de que fizeram imagens dentro ônibus para mostrar nas redes sociais quem “mandava no pedaço”. O relato da manicure serve também para pensar que as tecnologias de informação não circulam de uma forma leve e cordata sempre naquela região. Como Barros (2012, p. 114) identificou no Rio de Janeiro, é possível observar também em GTV que:

[...] Os jovens também participam desse fluxo de circulação de celulares, direta ou indiretamente, há casos em que são os beneficiários da compra de um aparelho usado, e outros em que recebem o celular de algum familiar que adquiriu um ‘novo’ no circuito informal de venda de usados ou no mercado formal. A fórmula ‘pura’ do *Kula* (Malinowsky, 1978) – ‘possuir é dar’ – não se aplica, portanto, nesses casos, em que se verifica um processo de mercantilização informal, em que familiares e vizinhos reintroduzem os objetos após o uso em um circuito onde os bens voltam a ser monetarizados (BARROS, 2012, p. 114).

A monetarização das trocas de TIC’s permite o reconhecimento do vetor consumo, como elemento estruturante de interações. O furto de celulares em bairros de classe média e sua venda em circuitos de trocas informais na região pode ser um aspecto das práticas de comércio de TIC’s na região, caminho para afirmação de papéis sociais, ideias de empreendedorismo e autoridade que emergem de práticas nem sempre moralmente aprovadas por todos. Esse tipo de evento também ilustra o papel da conexão nas distinções internas à comunidade: determinam quem tem poder e comando em determinadas situações e a sua atualização por meio da exposição dessa performance em redes sociais, funciona Amaya (2004) como “sistemas de expertos” a produção de identidades por meio da “recorrência a aportes e ordenadores midiáticos para estruturar narrativas autobiográficas” (ROCHA, 2012, p. 268). Essa categoria dá conta da apropriação criativa da conexão e seus suportes para a produção de marcos e ordenadores da experiência coletiva e pessoal. Seja preferencialmente no plano off ou no online, é visível em muitas situações diárias a recorrência de amalgamento de referências midiáticas que vão desde o *broadcasting* da vida local ou em sentido mais amplo.

A apropriação de imagens e ícones que circulam na GTV que continua desempenhando um papel muito importante na construção do imaginário local é muito frequente, embora as narrativas da vida diária e os dilemas emocionais e dramas pessoais tenham ganhado muito espaço com as redes sociais. Também nelas, nas redes sociais, alusões a conteúdo mais global são arranjadas pelos sujeitos como experiências de tradução de suas percepções pessoais e/ou

de grupo. Nesse caminho encontrei grupos de fãs de certas bandas de pagode e MC's do Funk. Chamou bastante a atenção a apropriação de falas em links de vídeos ou meme que tomam a jornalista Rachel Sheherazade por vários informantes. Neste tipo de postagem aparecem posições morais e políticas acerca de certos fatos e dilemas, a apropriação da fala midiática naturalmente não se faz literalmente. Como em qualquer texto, as ressignificações são infinitas, assim como acontece também no Twitter por meio dos tweets e retweets discutidos por Boyd (2008), em um tipo de intertextualidade riquíssima e complexa.

**Figura 32** – Jornalista Rachel Sheherazade



Extraída de: <<https://www.facebook.com/RachelSheherazade01?fref=ts>>. Acesso em: 07/06/2014.

Se a figura da jornalista *Rachel Sheherazade* remete a uma conexão mais global, um diálogo com referências de alcance mais amplo, por outro lado, encontrei também postagens muito parecidas com as que usam essa figura televisiva, tomando outras referências que circulam muito mais no Youtube que na TV. É o caso de *MC Magrinho*, figura da cena musical muito apreciada, especialmente pelos rapazes, que além de incorporarem elementos do estilo de apresentação gestual do artista, também formulam Nick names, compõem sua indumentária e postagens diversas tomando-o como referência.

Figura 33 – MC Magrinho



Extraída de: < <https://www.facebook.com/pages/Megatroops/236062289925913?fref=ts>>. Acesso em 04/04/2014.

O MC Magrinho, como outros ícones do universo funk apreciados pelos informantes não encontram na grande mídia espaço para a divulgação de seus trabalhos e vai ser na Internet, por meio dos canais de rádio e, sobretudo pelo Youtube, que encontrarão espaço para projeção de suas músicas e imagens e eventos. Assim como a Sheherazade, ele é usado em memes diversos onde as letras de suas canções são usadas para referenciar opiniões sobre certos temas nas postagens especialmente no Facebook. *MC Magrinho* é carioca, mas já fez shows na região onde é muito ouvido e uma das músicas mais compartilhadas pelos rapazes que segui no Facebook tem esta letra:

*“Fico puto fico puto  
O tempo inteiro essas novinhas  
Tudo piranha, tudo piranha  
Quer me chamar de maconheiro*

*Aí o bagulho fica doido, aí fica meio difícil  
 Se ela tentar o bagulho fica sinistro  
 Por isso eu ainda te falo olha as fotos da piranha  
 Tu me chama de maconheiro eu te chamo de piranha  
 te meto a porrada e você se apaixona  
 Toda noite ela pertuba me acorda cheia de manha  
 Mando toma no cu e a filha da puta gama  
 Me chama de maconheiro eu te chamo de piranha  
 Te meto a porrada e você se apaixona”*

“Megatroops” é uma casa de shows bastante conhecida próxima à região da GTV. Em sua página no Facebook um dos eventos que receberam mais curtidas e comentários foi o “Aquecimento do aniversário do MC Magrinho”,

**Figura 34** – Peça Publicitária da casa de Show Megatroops



Extraída de: < <https://www.facebook.com/pages/Megatroops/236062289925913?fref=ts>>. Acesso em 05/01/2014

A Megatroops pode ser considerada um espaço importante no circuito do lazer de uma parte dos moradores da região, embora muitos deles sequer saibam da sua existência. Conheci-o por meio dos informantes nas conversas inbox no Facebook, mas pude perceber que muitos moradores no mesmo tipo de contato, não sabiam o que era. Com a exploração do “tópico” nas conversas com os que conheciam que uma indicação preciosa feita por meio das próprias postagens dos informantes que cheguei ao Youtube e pude concluir que há ícones do entretenimento que passam por fora da grande mídia, mas que alcançam pela Internet um amplo público de fãs e seguidores. O MC Magrinho e outros DJ’s, inclusive nativos, que se

apresentam na Megatrooms ou que tocam apenas na região, são exemplos da notoriedade, adesão e mobilização feitas a partir das práticas de conexão.

Castañeda (2014, p. 44) ressalta do ponto de vista da mobilização política que:

[...] As mídias digitais e pessoais foram muito importantes para estes ativistas sendo que a internet desempenhou um papel fundamental neste protesto. Desde 1999, graças à internet, os indivíduos puderam aderir à campanha anti-OMC, sendo que a lista de discussão *StopWTORound* permitiu que muitos recebessem informações detalhadas sobre diferentes aspectos da OMC (VAN AELST *et al.*, 2002), além de colocar em contato membros de uma constelação de ONGs e movimentos que se articulavam (SEOANE *et al.*, 2002). Muitos ativistas citam a importância de mídias pessoais digitais na criação de redes e na coordenação de ações através de diversas identidades políticas e organizações, sendo que uma questão chave destas práticas comunicativas parece ser a redução de custos, o aumento da eficiência da ação política e a capacidade de mudar o jogo político (BENNETT, 2003a, p. 45).

Pensando a produção cultural na Grande Terra Vermelha na mesma perspectiva, podemos avaliar que o consumo da conexão favorece e potencializa outras formas de consumo como o de entretenimento e não morre apenas como prática de consumo. É possível perceber nessas ocorrências, a efervescência de um tipo de circulação de produtos culturais para além da grande indústria de entretenimento. As produções de muitos desses *MC's* se dão por via alternativa. A venda de seus discos e divulgação de seus shows se faz numa estrutura de comunicação em rede muito complexa e difusa. Na página do Megatrooms, por exemplo, se faz o anúncio do evento e as pessoas reservam lugares em mesas colocando seus nomes e telefones nos comentários “(*Fulano #nomenalista – número de telefone*)”. Algumas emissoras de rádio locais que mantêm em sua programação uma grade de música funk divulgam o evento, mas não necessariamente a mobilização depende dessa divulgação.

Sem dúvida, na comparação com a mobilização política na e pela Internet, a redução de custos é uma realidade, por outro lado caberia uma análise mais pontual para avaliar se, de fato, provoca mudanças no cenário de produção e comercialização de produtos culturais. O fato é que é possível encontrar hoje na GTV experiências culturais que são mais que produções locais em reprodução de lógicas midiáticas massivas postas pelos veículos tradicionais como TV e rádio. Em outras palavras, por meio dos “sistemas expertos” os moradores se divertem com produções locais.

K.C., 20 anos comenta sobre a programação do Megatroops: *“Tem q para de fica fazendo.toda hr anuncio e deixa a musica rola , isso desanima pra caramba !!! Agr o ambiente e o resto esta de parabens. É muito orgulho ter evento desse nível na região.”*

Existe um circuito de lazer que, sem dúvidas, tem na Internet hoje seu grande potencializador operando na GTV. O que mais uma vez se coloca como mais indício que ajuda a pensar os motivos pelos quais o consumo de conexão se torna tão importante para este grupo, dentre eles, uma nova forma de protagonismo nem sempre passível de captação num olhar generalizante. Os próprios moradores da região, diante desse tipo de prática parecem refratários, como é o caso do comentário de J.B., 19 anos que em conversa inbox pelo Facebook afirma:

*“as pessoas não sabem usar a internet para o lado bom. Eu não acho que os proibidões que essas pessoas postam e os bailes servem para melhorar a comunidade, ocontrario faz as pessoas acharem que aqui só tem baderna”. (J.B., 19 anos).*

Há um senso do “politicamente correto” em termos de produção cultural que também é bastante comum na região, sobretudo junto aos jovens envolvidos em algum tipo de engajamento religioso que tomam essa movimentação genuína local como não representativa do que “tem de bom na comunidade”. Por outro lado, ainda que, negando sua legitimidade, a crítica ainda considera uma produção que de fato existe e de alguma maneira se impõe ainda que seja por formas de reconhecimento não tão positivadas em todas as situações.

Torquato (2013), apoiada em Mary Douglas indica que:

[...] Douglas, em *Pobreza e Perigo* (1991; p.150), relativizou a questão da desordem e suas implicações morais negativas ao argumentar que, se ela destrói o arranjo dos elementos, não é menos verdade que ela lhe fornece o seu material. Quem diz ordem diz restrição, seleção dos materiais disponíveis, utilização de um conjunto limitado de todas as relações possíveis. Ao invés, a desordem é, por implicação, ilimitada; não exprime nenhum arranjo, mas é capaz de gerá-lo indefinidamente. É por isso que aspirando à criação de ordem, não condenamos pura e simplesmente a desordem. Admitimos que esta destrua os arranjos existentes; mas também que tem potencialidades. A desordem é, pois, ao mesmo tempo, símbolo de perigo e poder (TORQUATO, 2013, p. 75).

Há, na GTV, um mercado de entretenimento e produtores culturais ativos. Produzem vídeos (NTV-Núcleo Terra Vermelha, Ponto de Cultura/Museu do Comum), músicos (Banda Gospel Bettina, Bar da Mery e o circuito de rock que abriga), dança (grupo Bonde do Kebra), atividades esportivas e fitness (Academia Superação, Ginásio Barradão, circuito de Paintball),

casas de shows (Megatroops). Estes fazem circular no território tanto produtos culturais globais, obviamente ressificados e modulados por meio do pensamento nativo, quanto criações originais que são comercializadas na região. Geram renda e são bens de consumo. Longe de serem consumidores do lixo cultural que muitos estudiosos afirmam seu consumo nada precário (eles investem valores consideráveis para ir aos shows no Megatroops que vão de R\$30,00 a R\$50,00 de entrada e consumação), reafirmam o que Barros (2007) tão lucidamente registra,

[...] Os consumidores com menor poder aquisitivo também processam suas escolhas e hierarquizam suas opções em termos de uma escala de valores, assim como os consumidores de outros extratos sociais. Cabe, pois, investigar quais são esses valores de base simbólica – e não-prática – que orientam sua lógica de consumo (BARROS, 2007, p. 108).

Diante do pedido que fiz para definirem a Internet em uma palavra, dentre esses produtores culturais as palavras que mais apareceram: “Tudo”, “Contatos”, “Articulação”. Estas, consideradas no contexto geral das entrevistas e suas performances no ciberespaço são bastante elucidativas quanto ao papel que o acesso à Internet tem em suas vidas e a possibilidade de, a partir dele, fazerem e expressarem suas escolhas, inclusive movimentando uma ampla rede de trocas de bens e múltiplas formas de consumo que encontram no ciberespaço os recursos para se promoverem.

## 6.6 Os “Famosinhos” e os Sistemas Expertos

*Eu sou o famosinho  
 Eu sou lá da Casa Verde  
 Quero ganhar um dinheirinho  
 Pra eu me deitar na rede  
 Tela, tela, cê vai me ver na sua tela  
 Tela, tela, me liga aí na sua tela  
 Não sou desses carinhas que ficam de chorumela  
 Botei logo um shortinho  
 Pra cê me ver na sua tela  
 Tela, tela, pra cê me ver na sua tela  
 Tela, tela, pra cê me ver na sua tela*

(Famosinho da Casa Verde)<sup>92</sup>

<sup>92</sup> Famosinho da Casa Verde .Música.com.br. Globo. Disponível em: <<http://musica.com.br/artistas/famosinho-da-casa-verde/m/famosinho-da-casa-verde/letra.html>>. Acesso em 09/08/2014.

Nas conversas com os meus informantes pelo chat do Facebook, passei muitas horas online, especialmente à noite. Procurava não conversar com mais de um morador ao mesmo tempo porque o trabalho de registro da conversa efetivada online é extremamente desgastante e demanda muita atenção. Como ia recortando e colando no caderno de campo digital, precisava ser ágil para evitar acúmulo de arquivos de conversas intermináveis. Mas algo me ajudou nesse processo não apenas a maximizar os meus registros, mas especialmente por me levar a uma indagação que revelou uma dimensão das práticas pela conexão que até então não havia me dado conta. Durante as conversas, era comum o informante ficar alguns minutos fora da conversa, o que me levou à hipótese de que mantinha mais de um diálogo ao mesmo time. Então, certo dia, perguntei a um deles se estava com outra pessoa no chat também e que eu podia esperar o término da conversa. A resposta foi bem simples e direta, disse que sim, que conversava com várias pessoas ao mesmo tempo, tanto pelo Facebook como por SMS e que não tinha problema nenhum continuar falando comigo.

Enquanto esperava o retorno, como de costume, ia folheando seu perfil e vendo suas novas atualizações. Neste trabalho que me atentei para o número de amigos adicionados e seguidores. Para a minha surpresa um dos meus informantes tinha uma foto de perfil com mais de 400 “curtidas”. Uma das fotos de perfil de L.S.M. (17 anos) foi curtida por 450 pessoas. Nos comentários é chamado de “famosinho” e com risos cifrados responde e diz que “*famosos são vcs!*”. As imagens do perfil dele normalmente são trocadas semanalmente, e, buscando na sequência cronológica retroativa a fotos anteriores, estas haviam sido curtidas respectivamente, por 335, 334, 401, 369, 543, 434 pessoas e em seu perfil tinha adicionado o total de 2.823 amigos.

A partir de uma fotografia de um grupo de amigos de L.S.M. (17 anos) fui ao perfil de todos eles e encontrei uma rede de “famosinhos”, alguns cujo número de amigos adicionados ao perfil era de 5.000, com mais 3.000 seguidores e média de 400 curtidas por imagens.

Dentre eles encontrei IGA com sequência cronológica de imagens de perfil com 480, 350, 234, 632, 351, 300 “curtidas, seu perfil seguido por 442 pessoas, 5.000 amigos adicionados (add como comumente chamam os amigos de sua rede). T.f. magrin Freitas que tinha seu perfil seguido por 3.110 pessoas, J.p. maneirinho com 3.079 amigos “add” e sequência

cronológica de imagens que foram respectivamente 504, 379, 314, 452, 415, 319 curtidas. Dentre as meninas FS seguida por 817 pessoas com fotos curtidas por 266, 284, 345, 220, 269, 316, 291, 335, e 4.975 amigos adicionados, J.M. 4.998 amigos e imagens curtidas por 296, 326, 293 pessoas.

Acerca da construção da categoria nativa “famosinho” Fingoli, Guerreiro e Souza (2014) compreendem como parte das novas estéticas juvenis impossível de ser pensada na cidade de São Paulo, sem a consideração do fenômeno “rolezinho”,

[...] A finalidade do encontro era apenas o divertimento, o contato entre pares, o desfrutar de momentos de lazer, “conhecer os ídolos”, trocar cumprimentos e “alguns beijinhos”. Os “ídolos” são jovens cujo perfil nas redes sociais os tornaram “famosinho”, sendo capazes de reunir um número elevado de “fãs”. Os números são, nesse caso, também impressionantes, podendo-se atingir até 50 mil “seguidores”. (FINGOLI, GUERREIRO, SOUZA, 2014, p.19)

É muito comum entre esses jovens o uso do termo “famosinho”, que pode soar como elogio, por ser indicador de que aquele que é reconhecido como tal é alguém que tem prestígio nas redes sociais. Prestígio neste sentido pode ser traduzido como “ter muitos amigos add e seguidores e imagens e postagens curtidas por muitas pessoas”. Mas a qualificação do *status* de “famosinho” precisa vir de fora nunca ser assumido por meio da auto-atribuição, evitando assim, o perigo de ser classificado como pedante.

Sobre o reconhecimento como construção coletiva, (PRANDI, 1991) discutindo a construção de hierarquias no universo simbólico do Candomblé afirma que,

[...] Na iniciação pressupõe que o filho-de-santo e seu orixá possa, ao longo de carreira iniciática, através das obrigações sucessivas que levam a cargos sacerdotais cada vez mais elevados, alcançar graus de amadurecimento e aperfeiçoamento da sua capacidade de expressão. A iniciação consiste pois, em etapas de aprendizado ritual por parte do filho-de-santo e em estágios de adensamento de sacralidade do orixá particular deste iniciado. Ao filho caberá o aprendizado de múltiplos e nem sempre compatíveis papéis (PRANDI, 1991, p. 133).

Assim como no Candomblé, na Internet os usuários são iniciados em um intenso e permanente processo de aprendizado da expertise mecatrônica. Dentre os saberes a serem desenvolvidos está a capacidade de gerenciar seu perfil e conciliar papéis tanto no plano on como no offline. Para alcançar o status de “famosinho”, é necessário todo um investimento no

cultivo desses papéis, um cuidado curatorial. Assim, o reconhecimento dos pares não é completamente espontâneo. É fruto de um trabalho curatorial intenso que permite a quem “merece” gozar de certos “privilégios” nas relações online que por sua vez também ecoam no offline.

[...] O respeito que se tem por um santo velho, “feito” há mais tempo, é bem maior que aquele devido a um “orixá” mais novo. Só com o alcançar de níveis iniciáticos mais elevados, os orixás, no transe, passam a ter certos privilégios e prerrogativas reservadas aos santos mais velhos (PRANDI, 1991, p. 133).

Uma das adolescentes que segui C.A., de 20 anos, por exemplo, ao ser chamada de famosinha por um amigo em um comentário feito a uma de suas imagens respondeu: “*é ruim hein...*” existe certa deferência na relação com a atribuição “famosinho” porque ela é ambígua em termos de sentidos sociais. Pode passar pelo que em muitos momentos se julga impróprio e prática “impura” no grupo como ficar plugado na Internet o tempo todo (embora seja aconselhável e desejado por todos, ainda circulam algumas associações do “estar conectado *full time*”, ao ócio, à improdutividade, à futilidade). O famosinho é reconhecido porque é o cara que vive plugado, que administra racionalmente sua imagem e mesmo que todos façam ainda que não sejam considerados famosos e saibam que seus pares também o fazem, simplesmente porque essa conduta é praticamente um imperativo categórico cultural que condiciona a sociabilidade juvenil hoje na região. Admitir a prática não evita constrangimentos que passam pela associação de sua postura à leviandade, ao comportamento mercenário e interesseiro. Esse tipo de uso social da conexão se aproxima muito da reflexão em torno da relação pessoa – indivíduo e a noção de meritocracia brasileira aludida por Barbosa (1999), onde o sujeito ainda que tenha mérito garantido com base em sua competência na realização de certas tarefas, precisa também agregar certas atitudes moralmente aceitas para tê-lo referendado. O exemplo bastante elucidativo da antropóloga é a comparação entre os ídolos do futebol Romário e Zico, ambos com competência técnica amplamente reconhecida em sua área de atuação, mas com apreciação diferenciada da opinião pública brasileira. O primeiro embora competente em sua resistência às regras coletivas e uma vida pessoal fora dos padrões convencionais seria menos merecedor de respeito que o segundo cujo comportamento estaria mais adequado à expectativa moral vigente. Ou seja, por mais que o “famosinho” das redes sociais tenha méritos que são sinalizados pelo sucesso na agência do “Fator F” não pode ostentar explicitamente, pelo menos na GTV, ao preço de não ser reconhecido socialmente como tal. Interessante que essa percepção dos próprios

Famosinhos é clara, eles são cordatos, gentis com seus seguidores, sempre que respondem a comentários feitos a seus posts. Entendem que fama é algo também se cultiva.

Sendo a fama algo que se pode cultivar, é possível pensar a construção da imagem nas redes sociais como uma performance. No fabular imagético e gráfico dos sujeitos nas redes sociais, é possível identificar em ato uma série de dilemas caros ao grupo, diferentes “cenas”, de dramas envolvendo os conectados e suas questões diárias. Ainda que certo senso comum julgue que a imagem que uma pessoa constrói na Internet possa não consistir realmente no que ela é fora dali, uma vez que trabalho sem conceber essa cisão entre o on e o off, devo reconhecer que Turner (1987) coloca elementos importantes para a compreensão dessas formas de devir imagético. O famosinho, por mais que racionalize sua performance, ainda é movido por todo um conjunto de símbolos e circunstâncias dos quais nem sempre tem clareza que está vivendo. E o “cenário” do Facebook não é apenas um painel onde a vida se desenrola. Ali, as redes de associação estão em confluência e as tensões entre elas são constantes. É possível falar em fronteiras que se estabelecem em contextos de cruzamento de redes. O caso de LSM Magrin é paradigmático, neste sentido. Com tantos amigos “add” e seguidores, é mais do que natural que redes de referências e valores muito distintos confluem em seu perfil. Para administrar a sua performance de forma satisfatória conforme critérios não apenas pessoais, ele precisa lançar mãos de estratégias que muitas vezes passam pelo manejo de papéis conforme a conjuntura. Nessa perspectiva, Goffman (1995) considera que a imagem social que determinado ator constrói em torno de si mesmo é construída em diálogo com os sujeitos com os quais interage conforme as demandas da conjuntura do encontro. Assumir, por exemplo, a autodesignação de famosinho para L.S.M. pode ser algo inadequado para o diálogo em curso no Facebook. Este é diálogo completamente eivado de outros símbolos não explícitos que sugerem, por exemplo, a intenção de quem o chama de famosinho ser um teste de sua performance enquanto tal.

Outra coisa interessante que pude observar é que os famosinhos tendem a fazer parte do mesmo grupo de amigos considerados mais próximos e quando são de redes distintas, procuram se aproximar, e, mesmo que seja mantida certa rivalidade, a aproximação pode potencializar suas “reputações”. Assim, é comum notar uns comentando a postagens de outros. B.A., 20 anos, por exemplo, é uma famosinha que atrai outros. Em algumas de suas postagens aparecem comentários da F.S., dizendo que a ama, mas que ela não a valoriza. Interessante é o fato de que ambas as adolescentes pertencem preferencialmente a redes

diferentes. Enquanto B.A. é vinculada à rede religiosa e tem a maior parte de suas interações entre pessoas desse universo, com postagens mais “politicamente corretas”, F.S. da rede de produção cultural é mais ousada em suas imagens que exploram o corpo seminu e poses sensuais. Suas interações nos comentários não raramente são feitas na forma de flertes e brincadeiras com a sexualidade. Em relação à seleção e construção de imagens no ciberespaço, Ramos (2011) assinala a possibilidade de operar em regimes de moralidade distintos,

[...] Mas há ainda outro termo nesta equação: corpos e narrativas não são apenas apresentados como ideais e desejáveis, mas também como aquilo que se contrapõe a comportamentos de risco que ameaçam a saúde e outros aspectos da vida, como a carreira ou a felicidade, por exemplo. Nesses termos, a construção destes corpos aparentemente saudáveis seria, ao mesmo tempo, a luta contra comportamentos associados à doença e ao risco. (RAMOS, 2011, p. 06)

Assim como os editores do magazine “Men’s Health”, a afirmação de certa noção de vida saudável imbricada com noções de moralidade, na construção do “corpo virtual”, diferentemente de F.S., B.A. investe em outro tipo de imagens e formas de interação. Ela nunca responde aos comentários da “pretensa amiga famosa”, o que revela uma tensão presente nas relações locais, onde apelos morais, religiosos e de estilo de vida segmentam grupos e redes, tornando as interfaces entre elas em vários aspectos dificultadas. Aqui novamente as categorias de drama social de Turner e representações do eu na vida social de Goffman também são aplicáveis como recurso analítico. A postura de provocação do F.S. e a não resposta de B.A. atualizam valores e escolhas que balizam as experiências cotidianas entre os jovens de diferentes redes na GTV. Assim como a vida das celebridades é acompanhada pela grande mídia por fãs, as redes sociais permitem que dramas e experiências de celebridades locais sejam acompanhados com recursos outrora indisponíveis como imagens, diálogos públicos escritos. A grande ênfase nas relações locais que encontrei como o grande investimento dos consumidores de conexão revela como é importante não apenas saber, como viver junto com os “personagens” locais a história.

Este tipo triangulação entre famosinhos e seu “Fator F” além de recolocar nos termos de DaMatta (1979) as diferentes camadas de apreciação moral na construção das personas “puta” e “santa” no Brasil, recoloca a questão da amizade no Ciberespaço. Entre os famosinhos do sexo masculino, há pouco investimento em intrigas, fofocas e indiretas. Já entre as meninas, o tom moralizante nas disputas por fãs nas redes sociais costumam ser bastante intensas.

[...] Mas, de modo geral, o discurso sobre a ofensa era predominantemente feminino, sugerindo que as mulheres tinham maiores expectativas (e talvez também maior investimento) com respeito às suas relações de amizade, preocupações maiores com a reciprocidade e limites mais baixos de tolerância para o que era visto como desconsideração. Os homens, ao contrário, pouco falaram sobre esse sentimento e o fizeram de forma distinta, no contexto específico de relações mais novas, nas quais uma brincadeira poderia ser mal interpretada como um comentário pessoal, deslocado e, portanto, agressivo. Para eles, a ofensa seria decorrente de um descompasso no processo gradual de revelação pessoal. Assim, um comentário mais pessoal em uma relação nova poderia ser entendido pela outra pessoa como uma imposição indesejada, portanto, uma afronta, o que revelava também uma discrepância na forma de entender a polidez. Porém, foram poucos os que expressaram mágoas dos amigos, revelando que a questão da reciprocidade na consideração entre amigos era um elemento mais presente nas narrativas femininas que masculinas. Não que os homens não tivessem ressentimentos dos amigos, mas colocá-los em discurso, assim como falar dos sentimentos acerca da relação, de modo geral, não era relevante para eles. Como Susan e várias outras reconheciam, apesar das grandes transformações nas relações de gênero com o feminismo, as mulheres ainda eram fortemente associadas ao campo das relações pessoais e eram elas que se debruçavam sobre o assunto nas conversas comigo (REZENDE, 2011, 38).

Como regra geral tanto para meninas como para meninos, o simples fato de se comentar a foto de um famosinho e ser respondido por ele pode ser uma grande chance de entrar para o mundo da “fama” local, uma vez que passa pela ideia de reconhecimento ou simplesmente se sentir parte da história que se desenrola. Os famosinhos por sua vez, não respondem a todos os comentários e isso é parte da estratégia de gerência da fama. Numa das fotos de FS um amigo comenta: “é essa né?” O comentário indica o que é uma prática comum na batalha pela fama, os pedidos a amigos por mensagens In Box ou por SMS para quem curtam uma nova postagem. E esses pedidos não são vistos como fatos inadequados. São muito comuns e as comunidades de “ADD e Siga” são indícios da boa receptividade que tem este tipo de conduta.

[...] Se a amizade pode ser vista como um contexto relacional específico, no qual são acionadas expectativas e valores muitas vezes distintos de outras relações, ela está ao mesmo tempo articulada a várias outras dinâmicas sociais. Relações amorosas, de parentesco, de trabalho são alguns exemplos de contextos que se tornam contrapontos constantes à amizade. Nesse jogo de aproximações e contrastes entre relações, a amizade pode localizar-se mais estritamente no chamado domínio privado ou passear por ambos os espaços público e privado. O idioma emotivo veiculado pela amizade fala, portanto, da relação entre amigos e, ao mesmo tempo, de sua inserção mais ampla em um determinado contexto sociocultural. Assim, longe de ser inefável ou idiossincrática, a amizade deve ser tratada como uma via de acesso privilegiado para pensar a pessoa em sociedade (REZENDE, 2011, p. 76).

Os famosos de uma mesma rede costumam protagonizar cenas na vida da comunidade que são cuidadosamente administradas nos planos on e offline. Exemplo é a imagem abaixo que

mencionei anteriormente como um dos caminhos que me permitiu acessar essa dimensão da vida da juventude da localidade por meio dos usos que imprimem à conexão. A maior parte dos famosos imagem por onde fiz genealogia pela rede, inicialmente tive contato com eles na escola/igreja católica.

**Figura 35** – Amigos Famosinhos da Grande Terra Vermelha (imagem curtida por 1.399 pessoas em 08/09/2014).



Extraída de: < <https://www.facebook.com/profile.php?id=100003478359359&fref=ts>>. Acesso em 01/04/2014.

A partir desta imagem onde todos estão “marcados”, encontrei vestígios de associações que iam para além desse grupo de amigos que já havia tido contato nos grupos focais. Neste rastreamento, encontrei a seguinte postagem de postagem na linha de L.S.M.: “awwnn' Ele curtiuuh mh fto'...” Na sequência os comentários:

**Figura 36** – Postagem e comentários no perfil de L.S.M. no Facebook

[Ls Magrin](#) rs'

[há 11 horas](#) · [1](#)

•

[Thays Pereira](#) !Idiootaa'...

[há 11 horas](#) · [1](#)

•

[Ls Magrin](#) Dlç'

[há 11 horas](#) · [1](#)

•

[Thays Pereira](#) kk' dlç' vooc'.. me tira do serioo , maiss eh DLÇ' Meuu...!

[há 11 horas](#) · [1](#)

•

[Ls Magrin](#) Rs'.. nem tirei..

[há 11 horas](#) · [1](#)

•

[Thays Pereira](#) tirou simm' eu iaa atte desativar meu face, pr causa de vc'!

[há 11 horas](#) · [1](#)

•

[Ls Magrin](#) K' nossa.. Vem d chat'.

[há 11 horas](#) · [1](#)

•

[Thays Pereira](#) vmu de watss' pk eu vii vc on' la...!!

[há 11 horas](#) · [1](#)

•

[Ls Magrin](#) K' táh bm'..

[há 11 horas](#) · [1](#)

Na sequência dos comentários do mesmo post, segue uma conversa com abreviações, numa espécie de linguagem cifrada por eles. Um tipo de comunicação não tão fácil de compreensão ao não nativo, o que sugere a emergência de novas formas de comunicação escrita como apropriações diferenciadas em termos gráficos da língua.

Screenager, feliz expressão oriunda da fusão das palavras em inglês *screen*, tela, e *teenager*, adolescente. (CASTRO, 2012, p. 61) tem sido usada para designar o tipo de prática grafada ou pictórica de adolescentes em interfaces com suportes de comunicação digital. Dá para observar na sequência exposta acima um típico produto de screenager que implica não apenas no desenvolvimento de habilidades motoras como a manipulação dos teclados com os polegares como a redução de termos e palavras por meio de abreviações que tornam o processo comunicativo mais rápido e não menos denso.

Discordo de Castro (2012) quando ela entende que a Screenager é fruto de uma atenção difusa e pouco profunda e nada crítica dos adolescentes em seu labor na Internet. Entendo que isso que se chama navegação superficial é, na verdade, a forma cultural de apropriação do conteúdo digital a partir do seu julgamento de valor, de suas experiências locais que só podem ser conhecidas mediante pesquisa etnográfica. Não adianta dispor de milhões de dados minerados por meio de softwares que muitos pesquisadores dos Estudos da Comunicação julgam material suficiente para avaliação de grupos, desenraizados da experiência inteira do sujeito.

Por isso, a separação, para fins metodológicos, do que chamo de Terra Vermelha das materialidades e Terra Vermelha Digital se torna importante. Uma sem a outra é impossível de se fazer compreender *per si*. Os: politicamente correto, intelectualmente profundo e o socialmente crítico de um senso comum baseado na cultura escolar e acadêmica não é mais valioso que o “superficial” aos olhos da cultura erudita, mas não menos profundo enquanto experiência cultural e identitária. Embora, para muitos analistas, esse tipo de comunicação represente perdas significativas no que toca ao domínio da língua pátria, escassez de conteúdo e crítica atribuídas a toda uma geração de jovens que abandonam os livros e a escola seduzidos pelas novas TIC’s e suas possibilidades mais interativas que instrutivas, contraponho este raciocínio, tomando como referência as reflexões de Macedo (2009) sobre a escrita entre os wayãpi (Brasil e Guiana Francesa), em muitos aspectos “xamanizada” por

invocar sentidos culturais nativos que podem ser misteriosos aos olhos externos àquele sistema social,

[...] à escrita, ou ao desenho gráfico dos traços sobre o papel, é atribuído um poder divinatório similar àquele atribuído ao xamanismo. Assim como os xamãs, que por suas estatuetas, cigarros e cantos têm acesso a informações e a dimensões "invisíveis", podendo agir assim sobre as causas de infortúnios sociais e individuais, a escrita também permite esse acesso — ela permite a visão de causas e de relações não acessíveis a todos (MACEDO, 2009, p.14).

O trecho que destaquei do Facebook é um dentre muitos diálogos que pude encontrar e, em muitos deles, tive muita dificuldade em compreender algumas abreviações, precisando recorrer aos informantes para elucidação. Como a frase: *K' nossa...Vem de chat'* onde a apóstrofe simboliza o ponto de interrogação. Além da escrita reinventada ou intensificada culturalmente, outras ferramentas disponíveis na interface também permitem a produção de narrativas. Estas narrativas nem sempre são grafadas. Além-e-com a escrita as imagens e inúmeros aplicativos do Facebook são usados no processo de vir-a-ser nas redes sociais. Os famosinhos, especialmente, exploram muito bem e descobrem recursos que poucos sabem que existem nestes domínios. Por exemplo, G.R., uma jovem de 22 anos, marca por meio de imagens as inscrições no corpo: anuncia “*agora cabelos lisos*” depois de fazer escova progressiva, depois, “*de volta aos cachos*” quando decide voltar ao natural, ou mostrando fase a fase o processo de clareamento dos cabelos. O recurso ao photoshop ajuda a evidenciar mudanças no corpo que são resultado de investimentos pessoais e monetários. Uma escova progressiva dependendo do tamanho do cabelo pode sair por 500 reais nos salões mais populares da região. Assim, as trajetórias de vida pautadas em consumos diversos vão sendo inscritas. As poses e ângulos valorizados nas fotografias “postáveis” são muito peculiares. G.R. mesmo disse que faz vários “selfies” para escolher o melhor para a postagem. O ângulo valoriza não apenas o corpo, mas também o local onde foi feita a imagem e quem é digno dela participar.

O lazer na praia, no churrasco, no paintball, na Megatroops, a aula de dança na academia, o passeio no shopping são cenários comuns. Quando feitas em casa, as imagens geralmente privilegiam ângulos onde o progresso material possa ser observado. Mostrar a TV de plasma, o celular de última geração no selfie no espelho, mesa farta, o “look do dia”, os bens que adquirem são formas de demarcação imagética de sucesso na vida de consumidor.

**Figura 37** – Imagem típica dos álbuns de fotografias do Facebook



Extraída de: < [https://www.facebook.com/?sk=fl\\_637102822982337&fref=ts](https://www.facebook.com/?sk=fl_637102822982337&fref=ts)>. Acesso em: 14/04/2014.

Esse comportamento não difere muito das experiências das comunidades tradicionais, onde o adorno dos corpos historicamente funciona como sinalizador de disposições, sejam coletivas ou individuais, e nas redes sociais algo análogo acontece,

[...] Os Wayãpi não precisam de razões particulares para pintar seus corpos ou objetos. A estética e a beleza próprias dos desenhos são razões suficientes para sua realização. Diferentemente do uso dado às pinturas corporais em outras populações, como entre os Asurini do Xingu (Müller 1992a), os Kayapó-Xikrin do Cateté (Vidal 1992) e os Xerente do Tocantins (Lopes da Silva & Farias 1992), as pinturas wayãpi não determinam categorias de idade, de gênero ou de *status* social. Entre os Wayãpi, todos podem se pintar e ser pintados. Os motivos são acessíveis a cada um e seu uso depende mais do conhecimento e do desejo de seu realizador do que de uma categoria ou *status* social específico. No entanto, a pintura corporal encontra limites de uso ligados aos estados pessoais do indivíduo. Durante festas e ciclos rituais, os corpos são cuidadosamente pintados, com exceção dos indivíduos em estados liminares, que não se pintam ou se pintam pouco. O conceito de se pintar — *o-mongy* — [segundo o

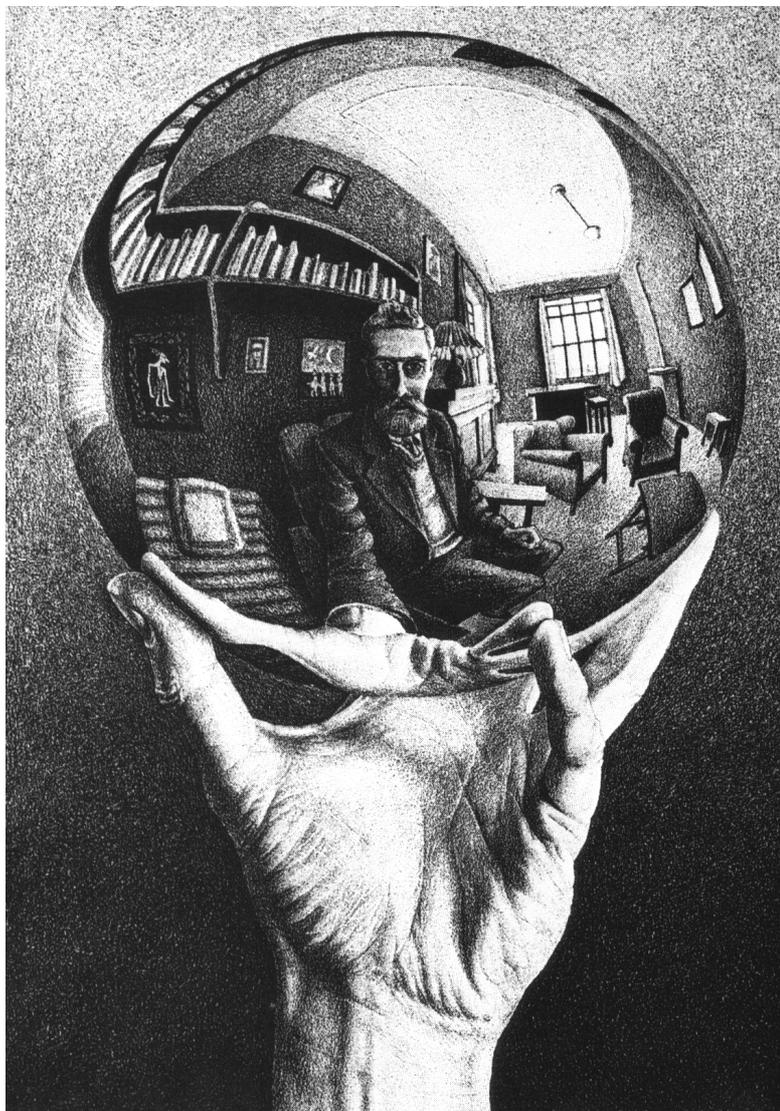
dicionário de Grenand: "*-mõngi*: realizar pinturas faciais ou corporais com o sumo negro da fruta do jenipapo, *yanipa*. Etym. Sav.// de *mo'*fazer'/*mi* 'noir'//cf. *-momi* 'pintar de negro'] é em si revelador: pintar-se é ao mesmo tempo se decorar mas também mudar o estado da pessoa (MACEDO 2009, p. 03).

Assim como entre os índios Wayãpi, pela conexão é possível também “tatuar” estados de espírito, desejos, alegrias e frustrações. Sobre esta sinalização de estados pessoais a partir de demandas e experimentações feitas pelos próprios usuários, a administração do Facebook vai oferecendo ferramentas que ajudam o internauta a expressar suas disposições existenciais, os “emoticons” e, mais recentemente, a indicação de sentimentos disponível para as postagens, são exemplos de funcionalidades técnicas muito usadas pelos jovens da GTV em seu trânsito nas cidades virtuais, expressão recente da percepção de ROCHA (2012) que destaca na cena contemporânea, dos anos 90 aos 2000, o que chama de crescente apropriação dos recursos midiáticos por jovens (nesse caso, a conexão e os seus suportes) para composição de suas trajetórias pautadas em certa autonomia e narrativas próprias, sobretudo, com o advento da Internet.

O amálgama de sentidos locais com apropriações criativas de recursos tecnológicos na lógica dos “sistemas de expertos” aludidos por Amaya (2004) dão a tônica da movimentação dos jovens na GTV Digital, ajudando a construir os perfis de famosinhos e dos seus interlocutores. Os recursos midiáticos assim são traduzidos nos termos da cultura local e contribuem diariamente para a intensificação de sentidos nativos, ora em trocas fluidas, ora em tensões e disputas.

## 6.7 A “rinha” dos aplicativos, o parentesco e a amizade como expressões de vínculos na GTV Digital

Figura 38 – Escher : o primeiro “selfie”



Extraída de: < <https://www.google.com.br/>. Acesso em: 15/10/2014.

Acerca do celular como base de acesso mais usada, indagando meus informantes quanto à marca de preferência para celulares, o sistema Android foi o mais mencionado. Na maioria das vezes, a justificava passava pela maior disponibilidade de aplicativos e, de fato, estes são muito usados.

[...] No caso da comunicação mediada por computador, essa distinção permanece, mas por sobre a impressão que o agente emite há uma preeminência da impressão que o agente transmite através de símbolos conscientemente escolhidos. Isto nos permite abordar a comunicação travada nas comunidades de leitores como expressivas da constituição de estilos de masculinidade, evidenciando o modo como são estabelecidas as distinções entre indivíduos e o modo como grupos são formados em torno do compartilhamento de aspectos comportamentais, expressos geralmente sob a forma de padrões de consumo (RAMOS, 2011, p. 05).

Um aplicativo especificamente contribui na construção do perfil dos famosinhos, chamado “Duelos”. Com ele, é preciso fazer uma montagem onde são colocadas duas imagens nas quais podem ser inscritos nomes.

**Figura 39 – Duelo de Fotos 1**



Extraída de: <<https://www.facebook.com/groups/434516673289020/?fref=ts>>. Acesso em 07/05/2014.

Encontrei várias dessas montagens no grupo “Duelo de Fotos”. Este grupo é aberto, tem 1.552 pessoas, boa parte da GTV. Nele, são postados vídeos polêmicos envolvendo sexo e fotos. Os membros postam um “selfie” e convidam: “*alguém para duelar?*”.

Aceito o convite, com ajuda de aplicativos do próprio Facebook, os rivais fazem a montagem das suas imagens e determinam a quantidade de votos que define o vencedor. Para escolher um dos competidores nos comentários, os demais membros do grupo votam assinalando com uma “hashtag” o nome do dono do selfie escolhido.

*Frida Schneider Vs Cintia Andrade*

*15 votoss ganhaa':*

**Figura 40–** Duelo de Fotos 2.

Extraída de: <<https://www.facebook.com/groups/434516673289020/?fref=ts>>. Acesso em 07/05/2014.

Estes duelos de fotos foi algo que realmente me surpreendeu, porque nas conversas offline ou mesmo via chat, os informantes nunca tinham mencionado a existência dessas práticas. A impressão que tive é que eles em alguns momentos subestimavam a minha competência para a navegação no Facebook pelo excesso de perguntas que eu fazia, provavelmente nas suas percepções, ingênuas. Ou ainda, certo senso de privacidade e/ou censura moral no resguardo deste tipo de prática.

É possível encontrar nos “Duelos de Fotografias” similaridades com a função social da “rinha” em Bali descrita por Geertz (1975). Embora eles não envolvam apenas os homens, como na rinha balinesa, funcionam como uma espécie de jogo no qual a fama é uma das moedas culturais mais valiosas. Um drama social em termos turneanos que envolve mais

investimento psíquico do que aparenta. Perder um duelo é o estímulo para aperfeiçoar a performance online (aprender a fotografar, fazer a própria maquiagem e cabelo, usar a câmera com melhor resolução de imagens). A autoestima é colocada em jogo, as posições no grupo colocadas em risco.

Por sua vez, a noção de mérito é relativizada na prática. DaMatta (1990), pensando o Brasil a partir do esporte destaca que “Sabemos que o chamado ‘futebol brasileiro’ se representa si mesmo como uma modalidade caracterizada no uso excepcionalmente habilidoso do corpo e das pernas que cria um jogo bonito de se ver.” (p.16). A construção do corpo na imagem que “serve” para o duelo é uma competência mais que técnica, é cultural e precisa criar o “bonito de se ver”, conforme critérios dos pares. A tensão entre o talento individual e as determinações coletivas como o sistema tático no futebol é muito explorada nas discussões sobre ele. A harmonia do coletivo é tão valorizada quanto a habilidade, o talento individual do jogador que pode “fazer a diferença” (LAHUD, 2002). No ciberespaço, esta habilidade social, a competência técnica, também se faz indispensável,

[...] Em paralelo com a construção deste laço com o avatar, tanto o usuário quanto o avatar terá que aprender a lidar com o meio ambiente, e para isso deve entender claramente comandos do acesso do expectador, que proporcionam o acesso ao sistema que controla todo ambiente, porque eles podem ser configurados de várias maneiras, o que leva a percepções distintas do próprio ambiente (GOMES, 2012, p. 16).

Do mesmo modo, a competência individual e a apreciação coletiva são importantes no duelo, mas nem sempre a vitória será fruto do “talento”, muitas vezes é produto do afeto, onde os pares curtem a imagem independentemente de ser bem feita ou não, ancorados em primeiro lugar no sentimento de pertencimento. Do ponto de vista da meritocracia, há que se registrar que não basta também ter uma fiel rede de amigos para ser considerado um “bom navegador”, precisa saber manipular os recursos do site. A respeito da construção da persona digital como Second Life e em outros domínios da Internet é importante considerar que emerge com resultado de interações complexas, não é definitiva, é construída e reconstruída diariamente na conexão.

[...] Ainda que as técnicas de construção ocupem lugar privilegiado no sistema de valores do Second Life, construir não é, por certo, o único saber fazer ali presente. Para existir no mundo virtual é preciso aprender a criar uma conta, aprender a andar, aprender quais janelas usar para conversar, aprender a executar animações com seu avatar e inclusive aprender a construir seu avatar. A construção do avatar deve ser considerada um processo contínuo e coletivo mas é através de um conjunto de vivências que se tem enquanto *noob* que ela ocorre inicialmente. Para referir-se àquele que é novato no SL é empregada a categoria *noob* – *newbie* – que com muita

frequência é utilizada em tom de ofensa. Isso porque o tempo que um avatar está no Second Life é um sinal distintivo, e a quantidade de conhecimentos acumulados é identificada como vinculada ao tempo de uso ou à antiguidade do avatar. O *noob* é muitas vezes considerado inoportuno, incômodo, pois não sabe usar as técnicas, faz perguntas em demasia e exhibe um avatar ainda não socializado (LEITÃO, 2011, 23).

**Figura 41 – Amigos na Praia**



Extraída de: <<https://www.facebook.com/romario.mozer?fref=ts>>. Acesso em: 04/02/2014.

Legenda escrita pela pessoa que postou a imagem no Facebook:

*“O meu orgulho é ser orgulho dessa massa que sorrindo me abraça me ajuda a comemorar!!!#Amigos #Saudades Esse dia foi massa!!! — se sentindo feliz com Jhony Catarino, Fabricio Leopoldino, Willian Souza, AK Andrade, Romário Mozer e Thayná Fernandes.”*

A legenda da imagem anterior ilustra muito bem a construção da “vitória”, seja no duelo ou nas discussões de posts no Facebook como eminentemente coletiva. Além das imagens que servem como registros ilustrativos das vivências pessoais, as dimensões associativas dessas

são constantemente ressaltadas. As menções afetuosas a alguns amigos e até a sua inclusão no perfil como “irmãos” são bastante comuns. O caso de F.S. que aparece no perfil de muitos de seus amigos mais próximos com a designação: “irmã”. As dimensões pessoais das relações e a demarcação daqueles que são de “dentro” e os que são de “fora” são elementos recorrentes no Brasil, o acesso à conexão potencializa estas fronteiras, ressaltando-as. Mais uma vez a recorremos TURNER (1974) quando salienta que,

[...] a ruptura [...] Seja qual for o caso, segue-se uma crise crescente, um momento de tensão ou de decisão nas relações entre componentes do campo social – no qual a aparente paz se transforma em conflitos evidentes e antagonismos latentes tornam-se visíveis. Tomam-se partidos, formam-se facções e, a menos que o conflito possa ser encerrado rapidamente dentro de uma área limitada de interação social, a ruptura tende a se ampliar e a se espalhar até coincidir com alguma linha de clivagem no conjunto mais amplo de relações sociais relevantes no qual as partes em conflito pertencem (TURNER, 1974, p. 73).

Da mesma forma que os não consaguíneos são incluídos no parentesco pelo afeto, é também comum encontrar sessões inteiras de perfis dedicados à família, mesmo quando as trocas entre membros desta rede não sejam frequentes ali. Faz parte da reconstrução de trajetórias de muitos dos entrevistados a menção constante à família, os registros de encontros e momentos fortes para a vida parental.

**Figura 42** – A Grande Família



Extraída de: < <https://www.facebook.com/joyce.ribeiro.7583?fref=ts> > Acesso em: 09/09/2013.

A imagem acima vinha legendada com a letra do tema de abertura da série de TV “A Grande Família” o que reforça mais uma vez Amaya (2004), na constituição dos “sistemas de expertos” [...] a recorrência a aportes e ordenadores midiáticos para estruturar narrativas autobiográficas (ROCHA 2012, p. 268). Além desses recursos, é comum a simples postagem de muitas imagens antigas escaneadas demarcando um corte temporal na narrativa de si.

**Figura 42** – Imagem da Infância



Extraída de: < <https://www.facebook.com/joyce.ribeiro.7583?fref=ts> > Acesso em: 09/09/2013.

Uma das informantes deu a luz a um bebê durante a pesquisa etnográfica e atualizava ela mesma sua timeline contando o que ocorria: quem chegava para a visita, a rotina hospitalar, os cuidados com o bebê. A vida para esses jovens não parece ser concebida sem a interface com a conexão. Esta é naturalizada no cotidiano. A “transmissão” digital da vida doméstica é uma demanda. É preciso contar e opinar sobre o que está acontecendo. A Timeline funciona como um diário lúdico e dialogado onde casa e rua se misturam de uma forma que estes domínios se estendam ou comprimam dependendo do contexto da interação. Uma das extensões que encontrei na performance online dos informantes foi designação de amigos ou da “galera” como “irmãos”, “família”. O parentesco é uma construção simbólica, no ciberespaço, tanto a família formada por parentes consaguíneos, como a formada por pessoas “escolhidas”, têm lugar. Observando as conversas desenvolvidas por meio de comentários e posts diversos, é possível identificar os “chegados” que eventualmente fazem parte dessa família afetivamente construída. Tanto o perfil do usuário como algumas comunidades se convertem em espaços de extensão da “casa” da mesma forma que no plano offline. Segundo Fonseca:

[...] Muitos dos moradores de bairros pobres pensam não em termos de “casa”, mas sim em termos de “pátio” Em um terreno, por menor que seja, sempre tem lugar para construir mais uma “puxada”, isto é, uma peça ou uma meia-água, para receber um amigo ou parente. A primeira moradia da maioria de jovens casais é uma peça construída no quintal dos pais ou sogros (FONSECA, 2005, p.10).

O “pátio” virtual se forma a partir das interações entre pessoas com maior grau de proximidade e intimidade. A marcação de pessoas em postagens de imagens e comentários é um recurso frequentemente usado e por meio desse uso é possível acompanhar a construção deste espaço “doméstico”. Da mesma maneira que nas pesquisas apoiadas em dados recolhidos em experiências offline, no Ciberespaço,

[...] é difícil definir exatamente quais são os limites da própria unidade doméstica. Em suma, qualquer intervenção especialmente em grupos populares, seria fundamental verificar como as atividades do dia-a-dia envolvem uma rede que se estende no espaço para outras casas, mesmo para outros bairros. Traçando as linhas de ajuda mútua, podemos melhor refletir sobre o que é, nessa instância, a família pertinente (FONSECA, 2005, p. 4).

Em outras palavras, na GTV Digital a afinidade e noções de parentesco e amizade são experimentações contextuais. A afirmação do laço consaguíneo ou de amizade será evocado conforme a circunstância e potencialidades gráficas de expressão que as TIC's oferecem.

Acerca da “morfologia” das associações online, Ramos (2011), a partir da observação da formação em comunidades no “Orkut”, ressalta a existência de quatro elementos que determinam a intensidade da interação social nas comunidades.

[...] São elas: o número de membros; a duração e o número de tópicos; a quantidade de posts; e a recorrência da participação dos membros nos tópicos. As comunidades concretas reúnem estes quatro elementos de forma variável (RAMOS, 2011, p.08).

A mesma avaliação pode ser feita em relação aos modos de interação no Facebook. A associação marcada pelas noções de casa, família, parentesco aparecem não só nas comunidades como também na timeline dos usuários. A questão é que, no Orkut, as comunidades eram formadas por temas e os membros ao proporem um tópico, iniciavam um processo de discussão que poderia se desenvolver por meses. No caso do Facebook, as comunidades são em algumas situações, reprodução virtual de grupos já existentes em termos offline (o grupo de jovens da CEB, o grupo de dança da academia, o grupo de alunos da turma X etc.), podem ser também formadas a partir de associações livres de institucionalidade como grupos de amigos, grupo da família, grupo do funk. Estas associações mais livres e menos formais ganham relevo no ciberespaço e permitem vislumbrar mais e mais formas de construção da ideia de “pátio”. Estas são expressas em termos como “galera”, “irmãos”, “família”, “povo”. A nomenclatura nesse caso é estabelecida conforme o contexto e os eventos significativos que geraram e/ou alimentam o vínculo. Assim, as imagens associadas à Internet e acentuação do individualismo, desagregação da família, solipsismo, etc., uma vez que na conexão outras formas de “parentesco” vão sendo criadas e ou reificadas as já existentes.

A busca das noções de amizade e parentesco precisa ser feita, quando se trata da pesquisa ciberetnográfica, considerando a linguagem própria desta esfera, e reconhecer que as nomenclaturas podem ser designadas de várias maneiras e para compreendê-las, a pesquisa no plano offline pode ajudar bastante, embora não limite sua percepção apenas a partir do ciberespaço.

[...] A nomenclatura fala do lugar das pessoas no sistema de parentesco, portanto, de seu lugar social em uma dada cultura. Aprendemos como antropólogos a prestar atenção nas categorias nativas para definir os parentes: pai, mãe, filho, filha, nora, genro, avó, avó, tio, tia, sobrinho, sobrinha são, por exemplo, as categorias de referência que temos no português falado no Brasil (GROSSI, 2003, p.21).

Figura 44 - Educação Familiar em tempos de Internet



Extraída de: < [https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws\\_rd=ssl](https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws_rd=ssl)>. Acesso em 09/08/2014.

Figura 45 – Pais, filhos e TIC's



Extraída de: < [https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws\\_rd=ssl](https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT&gws_rd=ssl)>. Acesso em 09/08/2014.

Encontrei nos perfis dos informantes no Facebook muitas imagens antigas, feitas por máquinas de fotografia analógicas que, uma vez escaneadas e postadas, mobilizavam toda

uma rede presente e pretérita de associações afetivas. A postagem de fotografias de pessoas falecidas, da infância, da turma da escola de ensino fundamental, paisagens da cidade do passado, ritos como batizados, aniversários, casamentos, festas geralmente se convertem em “evento virtual significativo”. Por meio delas, se reconstroem trajetórias, reafirmam-se laços de amizade e parentesco. Este tipo de postagem, geralmente, é densa, recebe muitos comentários e “curtidas”, além de indicarem que, certas dimensões da tradição são retroalimentadas e não aniquiladas nas relações virtuais, ajudam a reconstituir de forma lúdica e reflexiva histórias de vida, a volta às origens, numa mitologia de si, dos grupos e dos lugares. Este processo é marcado por nostalgia, aparece bastante em comunidades de moradores de certa localidade, alunos de determinada escola, membros de determinada banda. Por meio delas reencontros e retomada de vínculos são propiciados. O exercício da sensibilidade etnográfica torna-se fundamental neste sentido, pois as imagens carregam uma densidade de sentidos imensurável.

[...] Além disso, para o pesquisador de mundos virtuais, os registros visuais também são fundamentais, porque estamos falando de um mundo onde a metamorfose é um imperativo categórico. E isso vale tanto para o meio ambiente, tais como ilhas, paisagens - que aparecem e desaparecem de uma hora para outra - e até mesmo para os avatares, que, em questão de segundos se transformam e mudam seus acessórios, sem um pouco de constrangimento, alterando completamente a sua aparência. Para o pesquisador, muitos desses eventos são momentos únicos que ele sabe que não será capaz de testemunhar mais uma vez. Para realizar pesquisas no SL sem poder visualmente recordar este mundo é praticamente impossível, o que torna muito difícil descrever este mundo ou mesmo para ser capaz de explicar aos não-usuários e não-residentes (GOMES & LEITÃO, 2012, p.16, tradução nossa).

Ramos (2011) também enxerga neste tipo de interação como fatos etnográficos significativos, uma vez que permite a identificação da lógica de constituição da proximidade nos ciberambientes que independentemente do volume de usuários envolvidos, permitem a visualização de quais relações podem estar ou não associadas à noção de “pátio”.

[...] Como atos comunicacionais, elas são tão mais significativas lá onde a interação é mais intensa e não simplesmente onde há um grande número de membros que jamais se relacionam. Nesse sentido, é que minha escolha de análise dos posts recairá mais adiante sobre aqueles que foram produzidos em situações de maior intensidade de interação e pelos membros mais atuantes nas comunidades (RAMOS, 2011, p. 17).

Em suma, seja pela pelas disputas entre indivíduos e grupos, pela noção de parentesco e de amizade, os vínculos são atualizados e/ou instituídos na GTV Digital num trânsito rico entre a vida on e offline. O reconhecimento de que estes tipos de associação desenvolvidas em

ambientes online são muito importantes especialmente para os jovens da região ajuda a compreender em última instância porque o acesso à Internet é tão relevante, assim como todo o tipo de esforço que é feito para a garantia do seu consumo.

## CONCLUSÃO

A segmentação da vida na GTV em ambientes on e offline neste trabalho deve ser tomada apenas como um recurso e/ou estratégia discursiva para dar maior visibilidade a certas experiências locais em sua complexa interação com as TIC's, que vai além do simples consumo e porte de equipamentos. Essa interação ajuda a construir novas noções de espaço, tempo, público, privado que não poderiam ser compreendidas sem a navegação no ciberespaço. Na realidade, a GTV é um território híbrido e heterogêneo, seja na configuração que as relações locais tomam em sua manifestação face a face, seja quando mediadas por TIC's. Não é interessante pensar na cisão e sim a partir de descontinuidades e continuidades pensadas a partir de fluxos de associação, onde as experiências possam ser rastreadas em diferentes formatos que possam assumir. Assim, quando optei por agrupar experiências não as tomei como exclusivas de um ou outro, apenas procurei demarcar em termos etnográficos a partir de onde as observei. Acredito que a posição do pesquisador precisa ser explicitada para que sejam compreendidos os limites do relato e inclusive abrir novas janelas para reflexões futuras a partir dos mesmos dados. Desta forma, os relatos concentrados neste tópico do trabalho foram recolhidos na etnografia em ciberambientes embora as reflexões que faço em torno deles estejam também ancoradas nas dimensões offline das agências dos sujeitos investigados.

[...] Mas, afinal? O que tinha ganho neste deslocamento? O que alcançara com esta viagem? Nada, diriam? Nada, vá lá, a não ser uma sedutora mulher – que por mais inverossímil que possa parecer, o tornou o mais feliz dos homens! Na verdade, não faríamos, por menos que isso, a Volta ao Mundo? (VERNE, 1984, p. 766).

Quando decidi mudar o território a partir de onde fazia a pesquisa, da Nova Holanda (Rio de Janeiro) para a Grande Terra Vermelha (Vila Velha/ES), imaginava que encontraria um universo distinto de relações sociais, mas não acreditava que alteraria tanto a proposta inicial de trabalho. Encontrar o consumo do acesso à Internet sendo feito preferencialmente a partir de aparelhos celulares foi realmente um grande desafio para quem a princípio desejava estudar Internet e gambiarras. Entretanto, de fato, o que me interessava era compreender como o provimento do serviço era feito e identificar quais eram as estratégias que as pessoas desenvolviam para garanti-lo. Mas, além da mudança de cidade, o foco nos dispositivos para a conexão móvel impôs de fato a alteração do roteiro.

Só se compreende efetivamente a proposta da pesquisa etnográfica quando, achando que já se tem algumas respostas, o campo muda as perguntas. Mesmo encontrando novas e novas perguntas, um dado se mantinha: tanto na Nova Holanda, como na Grande Terra Vermelha são os moradores que garantem a inclusão digital por seus próprios esforços e sempre com algum investimento monetário. Isto me levou naturalmente à revisão de toda a história de implantação da Internet no Brasil no intuito de compreender como foi forjada a opção política que transferiu, em certa medida, a tarefa da universalização do serviço para o setor privado, tornando-o um bem de consumo cujos valores são determinados essencialmente pelas lógicas de mercado.

O acesso à Internet no Brasil é bem de consumo caro e precário, ainda assim, é amplamente consumido por todos os segmentos sociais. As perguntas do meu trabalho começavam a se desenhar à medida, em que, avançava na interação com os meus interlocutores em campo. Inicialmente, concentrei esforços na identificação das bases de acesso mais usadas pelos moradores da GTV. Foi nesta etapa que compreendi o valor dos aparelhos celulares para os moradores, especialmente os mais jovens, grupo para qual a própria pesquisa de campo me forçou a observar com maior rigor.

Aos poucos fui percebendo que o lugar da conexão e dos celulares no cotidiano deste grupo era absolutamente garantido. Em nenhuma das entrevistas que fiz face a face me deparei com um informante jovem que não estivesse portando os dispositivos móveis para a conexão. Sendo assim, diante do alto custo para o usufruto da conexão, a atenção passou a ser concentrada na identificação do tipo de movimento que faziam para consumir TIC's, quais esforços que estes usuários faziam, o quanto gastavam e quais tipos de economias pessoal e doméstica desenvolviam para manter-se conectados.

Foi neste compasso que tomei conhecimento de que a renda familiar média na região estava, no biênio 2012/2013, entre um e dois salários mínimos e que os investimentos em acesso à Internet poderiam alcançar até 1/3 dela. Diante de números tão expressivos procurei entender quais eram as táticas diárias, os arranjos e os critérios que orientavam a gestão do orçamento familiar, de forma que não faltasse celular e Internet em casa.

Na visualização a partir dos relatos da quantidade de cálculos e operações financeiras, emocionais e até mesmo morais que os moradores faziam, o tempo que investiam na tarefa de encontrar meios para garantir e prolongar o quanto podiam a conexão, pude entrever a dimensão que o ciberespaço tinha na vida dos informantes, o quanto este “lugar” era real e necessária para a vida social local. A Internet não constituía apenas mais um item no orçamento doméstico, ela era um serviço de primeira necessidade, colocado em equivalência no peso de serviços como o provimento de energia elétrica, água e gás. Mais ainda, a conexão era o passaporte para uma configuração importantíssima da vida social daquele grupo, onde as negociações da vida coletiva aconteciam com frequência e intensidade que não deixava nada a dever aos contatos feitos face a face. A constatação de que o trânsito no ciberespaço era colocado como parte do rol das necessidades fundamentais dos interlocutores por eles mesmos nos depoimentos que recolhi, obviamente, criou as condições para a indagação colocada em torno das motivações que permeavam a navegação, dos tipos de associações que eram produzidas, que tipo de redes se delineavam na e pela “cidade digital”. A complexidade das agências no trânsito nativo contínuo entre os planos on e off demandou uma série de esforços porque, de repente, quem buscava compreender estratégias de consumo, passaria a perseguir mais do que os sentidos monetários construídos no processo de compra. A mais importante tarefa consistia justamente em compreender os usos sociais da Internet e de suas bases de acesso. Perseguir os sentidos locais, os arranjos, as negociações em que eram forjadas, reificadas e/ou atualizadas as categorias nativas.

A partir da observação atenta dos atores em suas interfaces com a TIC's em uma região constituída por bairros populares, com a forte presença de migrantes dos estados de Minas Gerais e Bahia, marcada pela precariedade dos aparelhos urbanos sejam públicos ou privados pude constatar o quanto para além do signo da “falta” esses sujeitos são capazes de constituírem-se individual e coletivamente em agências criativas muito mais que em táticas desesperadas em busca da sobrevivência. Mais do que margem de manobra política, consumistas alienados, jovens mal formados, famílias “desequilibradas”, receptores passivos de conteúdos midiáticos, encontrei pessoas que entendem que fazem parte de um segmento social historicamente sacrificado em termos de garantias fundamentais, mas que não se definem somente a partir desta condição.

Ao contrário do que se possa supor a apropriação que as TIC's recebem deste grupo são extremamente inventivas, amplamente dialogadas e determinantes para a construção do *ethos*

da comunidade. Os objetos técnicos são bons para pensar a sociedade. A partir das interfaces entre usuários e objetos técnicos foi possível identificar a forma como valoram bens materiais e simbólicos. Como desdobramento desse processo, propus a discussão de algumas questões, tomando como fundamento da reflexão o material etnográfico que produzi ao longo de um ano de presença no campo. Tais questões, longe de serem resolvidas, são problematizadas à luz da experiência local e seguem abertas.

As questões que encarei, munida dos dados etnográficos são: as orientações mercadológicas da política de gestão da Internet no Brasil; a pertinência da categoria “Classe C”; a hipótese da emergência de uma expertise mecatrônica para o consumo e o protagonismo juvenil.

Do ponto de vista da orientação mercadológica da política de gestão da Internet no Brasil, fica a preocupação com a autonomia da sociedade para decidir a forma como deve ser pensada a Internet no Brasil. A delegação da tarefa de universalização do serviço à iniciativa privada traz consigo, como parte das condições para a inclusão digital, a ampliação da zona de ação e deliberação a partir de critérios não necessariamente coletivos em que se circunscreve a presença das concessionárias, que são antes de tudo empreendimentos privados. Mais do que ao aumento dos custos com acesso repassado ao consumidor, é preocupante o fato de que não existam mecanismos claros para a avaliação da prestação do serviço cada vez mais precário e, sobretudo, a proeminência da iniciativa privada como portadora de poderes de deliberação do plano de distribuição do sinal e a incerta e cada vez mais residual ação do Estado nesta importante esfera da vida brasileira.

Os impactos desses desdobramentos podem ser notados nas localidades onde se paga cada vez mais caro por um serviço cada vez mais deficiente e na exclusão social representada pela possibilidade do não acesso à Internet seja pela conexão provida de forma errática ou, simplesmente, facultada por falta de recursos que garantam o trânsito no universo dos consumidores. Se a experiência na cidade digital é tão importante para as comunidades, as dificuldades para o acesso que podem ser colocadas pela gerência de empresas privadas podem impactar de forma incalculável as relações locais. Desta forma, a garantia do provimento é uma questão política da qual o Estado não pode fugir, ao preço de reduzir a experiência de cidadania ao gozo dos direitos apenas por meio da condição de consumidor que está longe de ser a sua única e mais importante forma de apresentação. São necessários, então, esforços para minimizar tais riscos com mecanismos que não se mantenha a sociedade

refém do mercado. Ainda que sem ele, hoje, a inclusão digital não possa ser operada, há que se dosar os níveis de autonomia da iniciativa privada para gerir serviço tão importante.

Os trechos de depoimentos que transcrevi ao longo do texto do ponto de vista da pertinência da categoria “Classe C” são bastante instigantes, uma vez que explicitam em alguma medida a percepção daqueles aos quais é atribuída a classificação. Para os meus informantes a designação “Classe C” não passa de uma abstração. As representações que constroem em torno do termo são as mais diversas, mas há um ponto comum em todos os depoimentos: o não reconhecimento do pertencimento ao tal segmento de que apenas ouviram falar. Além dos cortes por renda e/ou ampliação do crédito nos quais os moradores de GTV não se enquadram, a percepção de si como segmento social vai além de critérios econômicos. As definições de si passam muito mais pela ideia de ser trabalhador, honesto, empreendedor, festeiro, religioso, humilde, solidário e, é claro, conectado que pela terminologia formal “Classe C”. O que, no mínimo, sinaliza o quão complexa é a discussão e, sobretudo, como é necessária a empreitada etnográfica para torná-la mais consistente e fidedigna. As discussões pautadas em bases formalistas distantes das bases têm-se revelado estéreis e pouco avançam. Se o desejo é entender melhor o perfil dos sujeitos que não se encaixam nos critérios de pertencimento das Classes A e B, há que considerar outros itens na cesta de hábitos e expectativas dentre eles, o acesso às TIC’s e as formas singulares de manuseá-las, que é um caminho fértil para a compreensão da produção do *ethos* nas diferentes comunidades onde a experiência da cidade digital é uma realidade.

Uma vez considerada a hipótese de que a interface com as TIC’s, sobretudo a Internet, seja uma um estruturante importante de relações sociais em diferentes segmentos sociais, hoje no Brasil, assim como a condição de consumidor, que em muito define padrões de identidades coletivas e individuais em todas as sociedades que adotam o modo de produção capitalista, torna-se uma demanda legítima pensar na interface entre as duas experiências e como o manuseio de objetos técnicos demanda competências específicas para o seu domínio que, conseqüentemente, impactam os processos decisórios em torno da compra. A possibilidade da emergência de habilidades específicas entre consumidores de TIC’s, de uma expertise mecatrônica que é determinante no processo de aquisição desse tipo de bem sinaliza a necessidade cada vez mais evidente de pensar o consumo em suas possibilidades de presentificação diferenciadas conforme nicho de mercado. Já que os bens são bons para pensar a sociedade, como parte da cultura, estão as práticas de consumo. Não se trata de criar

novas formas de categorização, mas intensificar a discussão pensando o consumo como ação social simbioticamente ligada não apenas à experiência cultural pensada em sua totalidade, mas também a partir das tonalidades que a produção simbólica toma em função das afecções que responde e corresponde. Obviamente, esta reflexão neste trabalho foi sinalizada de forma tímida, como exercício eminentemente teórico, em função de que ainda que pautado em empiria, tal debate carece neste momento de fundamentos mais sólidos para a sua articulação enquanto questão de pesquisa pertinente.

Por fim, em todos os relatos e discussões aqui desenvolvidos em torno do consumo de tecnologias em suas dimensões tanto materiais, quanto simbólicas, tendo em vista que a juventude é o grande ator da pesquisa, em última instância, a questão de fundo é a experiência juvenil em suas diversas formas de produção de identidades. Pelo consumo e pela apropriação das TIC's, por meio de experiências lúdicas, afetivas e trocas culturais diversas os mais jovens vão consolidando experiências de autonomia na gestão de suas próprias demandas de fontes diversas. Se os modelos discursivos e institucionais convencionais limitam a expressividade deste segmento social, por outro lado, especialmente na e pela Internet ele vai desenvolvendo diariamente formas de protagonismo ainda não suficientemente compreendidas para sejam reconhecidas como legítimas expressões políticas. Em que o cultivo de relações, a produção de autoimagens, a emissão de opiniões desarticuladas, posicionamentos autocentrados, exibicionismo e toda a sorte de futilidades que se pode encontrar em ciberambientes pode contribuir para o protagonismo juvenil?

[...] A verdadeira viagem de descobrimento não consiste em procurar novas paisagens, e sim em ter novos olhos. (PROUST, 2010, p.271). Enquanto o olhar dirigido às experiências juvenis no e pelo ciberespaço e às interfaces diversas que podem travar com as TIC's menosprezar o potencial político nela contidos, um rico e complexo processo de construção de identidades por sujeitos e coletivos dotados de intencionalidade e inventividade cultural pode ser ignorado. Talvez na busca por razões para um grande movimento de tomada das ruas sem motivos e/ou bandeiras coordenadas em torno de uma pauta clara e objetiva estas experiências sejam reconhecidas como formas outras e renovadas do fazer político somente possível quando se toma como chave de leitura a dimensão cultural das práticas.

“Distraídos venceremos?” (LEMINSKY, 1987). Certamente não, assim como distraídos

também não entenderemos.

## REFERÊNCIAS

ADÈRVOL, M.F, CASTELLS, M., QIU, L., SEY, A. *Comunicação Móvel e Sociedade: uma perspectiva global*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2009.

AFONSO, C. *Internet no Brasil: o acesso para todos é possível?* In Policy Paper. n. 26, set, 2000. Disponível em: <<http://www.fes.org.br>>. Acesso em 13/02/2013.

AGUIAR, Marianna. Espírito Santo Ocupa Sexto lugar em Número de Casas com Internet. Folha Vitória, Vitória, 27/09/2013. Disponível em: <<http://www.folhavitoria.com.br/geral/noticia/2013/09/espírito-santo-ocupa-sexto-lugar-em-numero-de-casas-com-internet.html>>. Acesso em 16/12/2013.

ALVITO, M. & ZALUAR, A. (orgs). *Um Século de Favela*. Rio de Janeiro: FGV, 2003. Atlas Brasileiro de Telecomunicações - ABT 2007, 2008

AMADEU, Sérgio. Hackers, monopólios, e instituições panópticas: elementos para uma teoria da cidadania digital. Blog do Amadeu. Novembro de 2006. Disponível em <<http://samadeu.blogspot.com.br/2006/11/hackers-monoplios-e-instituies.html>>. Acesso em 05/01/2014.

AMAYA, José Fernando Serrano. *Menos querer más de la vida*. Concepciones de vida y muerte en jóvenes urbanos. Bogotá: DIUC y Siglo del Hombre Editores, 2004.

ANUÁRIO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO BÁSICA 2012. [da] Editora Moderna, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.moderna.com.br/lumis/portal/>>. Acesso 03/12/2013

APPADURAI, Arjun. “Introdução: Mercadorias e a política de valor”. In *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói, RJ, EDUFF, 2008.

ARRIBAS, V. PINA, S. O cidadão consumidor: o nascimento de uma nova categoria. In LEITÃO, D.K., LIMA, D.N.O., MACHADO, R.P. *Antropologia e Consumo: diálogos entre Brasil e Argentina*. Porto Alegre: AGE, 2006.

Assédio Coletivo. Perfil no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/assediocoletivo?fref=ts>>. Acesso em 04/03/2014.

BACAL, T. Como criar uma cultura? Índios, brancos e imagens no vídeo nas aldeias. In GONÇALVES, M.A.HEAD, S. *Devires imagéticos: a etnografia, o outro e suas imagens*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2009.

BACHELARD, Gaston. A Poética do Espaço. In: *Os Pensadores XXXVIII*. 1. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

BAHIA, L. SALM, C. Tênis, bermuda, fone no ouvido... vai saúde e educação também? In: BARTELT, Dawid Danilo. *A “Nova Classe Média no Brasil como Conceito e Projeto Político”*. Rio de Janeiro: Setembro 2013.

BARABÁSI, Albert. Linked. *How Everything is Connected to Everything else and What it means for Business, Science and Everyday Life*. Cambridge: Plume, 2003.

BARBOSA, Livia. CAMPBELL, Colin. *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

\_\_\_\_\_ *Igualdade e Meritocracia*. A ética do desempenho nas sociedades modernas (Ed.FGV,1999)

\_\_\_\_\_ *Marketing etnográfico: colocando a etnografia em seu devido lugar*. Rev. adm. empres. vol.43 no.3 São Paulo July/Sept. 2003

\_\_\_\_\_ VELLOZO, L. *Juventudes e Gerações no Brasil Contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

\_\_\_\_\_ *O Jeitinho Brasileiro*. Rio de Janeiro, Campus, 1992.

BARROS, Carla P. Hierarquia, escassez e abundância materiais: um estudo etnográfico no universo de consumo das empregadas domésticas. In: MIGUELES, Carmem (org.) *Antropologia do Consumo: casos brasileiros*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2007.

\_\_\_\_\_ Sociabilidade e “territorialidade” no universo digital: transitando em contextos tecnológicos de jovens das camadas populares. In BARBOSA, L VELLOZO, L. *Juventudes e Gerações no Brasil Contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo, Perspectiva, 2000.

BECK, U.; GIDDENS, A. & LASH, S. *Modernização Reflexiva*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.

BENAKOUCHE, Tâmara, 2004. *Redes técnicas/sociais: a pré-história da Internet no Brasil*. <http://ime.usp.br/~is/infousp/tmara.htm> Acesso em: 15 fev 2004.

BENTO, Igor da Costa. Notas sobre o celular como prótese identitária na cidade-ciborgue. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – São Paulo – 07 a 10 de maio de 2008.

BERGAMIM, Maria Cristina. A pequena propriedade rural no Espírito Santo: constituição e crise de uma agricultura familiar. Disponível em: <http://www.sober.org.br/>. Acesso em 14/11/2013.

BOYD, D. d. *Taken out of context: American teen sociality in networked publics*. PhD Dissertation, University of California, Berkley, 2008. Disponível em: <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>. Acesso em 05/05/2012.

\_\_\_\_\_ GOLDER, Scott. LOTAN, Gilad. “*Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter*.” HICSS-43. IEEE: Kauai, HI, January 6. 2010.

BORGES, Fábio Mariano. Sociabilidade nas lan houses das periferias. Ponto-e-Vírgula. Revista de Ciências Sociais. ISSN 1982-4807

BOURDIEU, P. *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectivas, 1974.

\_\_\_\_\_. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007

BOLTANSKI, L. THÉVENOT, Laurent. *De la justification: Les économies de la grandeur*. Paris: Éditions Gallimard, 1991.

BORELLI, S. H. S.; ROCHA, R. M.; OLIVEIRA, R. A. et al. *Jovens na cena metropolitana: percepções, narrativas e modos de comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2009.

BRASIL. Secretaria para Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE). Comissão para a definição da Classe C no Brasil. Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/.pdf>>. Acesso em 04/04/2014.

BRIGGS, D. *The arthropod Odaria alata Walcott, Middle Cambrian, Burgess Shale, British Columbia*. Philosophical Transactions of the Royal Society of London, 1981.

BUARQUE, Sérgio. *Raízes do Brasil*. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

BUFFON, J. A. *O café e a urbanização do Espírito Santo: aspectos econômicos e demográficos de uma agricultura familiar*. 1992. Dissertação (Mestrado em Economia), Instituto de Economia, Universidade de Campinas, Campinas, 1992. 352 f.

CÁCERES, Luis Jesús Galindo. *Técnicas de investigación em sociedad, cultura y comunicación*. México. CNCA/ Addison Wesley Longman, 1998.

CALLON, Michel. "Elaborating the notion of performativity", *Le Libellio d'Aegis*, vol. 5, nº 1, pp. 18-29, 2008.

\_\_\_\_\_. "Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brieuc Bay." Pp. 196-233 in *Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge*, edited by John Law. London: Routledge & Kegan Paul. 1986

CAMPBELL, C. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANESQUI, A.M. Antropologia e alimentação. *Rev. Saúde pública*, S. Paulo 22-207-16,1988.

CARDOSO, Fernando Henrique, 1995. Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado. Presidência da República, Câmara da Reforma do Estado, Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado, Brasília. CGI-a, Comitê Gestor da Internet do Brasil, 2004. Sobre o Comitê Gestor: História. Disponível em: <http://www.cg.org.br/sobrecg/historia.html>. Acesso em: 15/02/ 2004.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. In: *O trabalho do antropólogo*. São Paulo: Unesp, Paralelo 15, 1998.

CASTAÑEDA, Marcelo. *Ação Coletiva com a Internet: Reflexões a partir da AVAAZ*. Tese de doutorado defendida no CPDA/UFRRJ, 2014.

CASTELLS, Manuel. *Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

\_\_\_\_\_. *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*, vol. 3, São Paulo: Paz e terra, 1999, p. 411-439.

\_\_\_\_\_. A era da intercomunicação, *Le Monde Diplomatique/Brasil*, Agosto. Disponível em: <http://diplo.uol.com.br/2006-08,a1379>. Acesso em: 03/04/2012.

\_\_\_\_\_ FORTUNATTI, L. *The mobile phone: towards new categories and social relations: information, communication and society*. Cambridge: New University Press, 2002.

CASTILHO, Sergio. Memória, Experiência Urbana e entre Famílias Populares no Bairro do Jacintinho, Maceió, Nordeste do Brasil. In LEITÃO, D.K., LIMA, D.N.O., MACHADO, R.P. *Antropologia e Consumo: diálogos entre Brasil e Argentina*. Porto Alegre: AGE, 2006.

CASTRO, Gisela G.S. Screenagers: entretenimento, comunicação e consumo na cultura digital. In BARBOSA, L. *Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

CAVALCANTE, S. As telecomunicações após uma década da privatização: a face oculta do sucesso. Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação Disponível em: <[www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br)>. Acesso em: 15/04/2011.

CERTEAU, M. De. *A invenção do cotidiano: artes do fazer*. Petrópolis, RJ, Vozes, 2007.

CHAHIN, CHAHIN, Ali. et al, 2004. *E-gov.br: A próxima revolução brasileira*. Prentice Hall. São Paulo 2004

CHESNAIS, François (1996). *A mundialização do capital*. São Paulo: Xamã. 2011.

COUTO, Edvaldo Souza. (org). *A vida no Orkut: narrativas e aprendizagens nas redes sociais*. Salvador: EDUFBA, 2010.

COHN, A. Entre sair da pobreza e ingressar na cidadania. Nova Classe Média, Utopia de um futuro fugaz? BARTELT, Dawid Danilo. A “Nova Classe Média no Brasil como Conceito e Projeto Político”. Rio de Janeiro: Setembro 2013.

Coletivo Canellada. Perfil no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/coletivocanellada?fref=ts>>. Acesso em 04/03/2014.

Coletivo Colarta. Perfil no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/coletivo.colarta?fref=ts>>. Acesso em 04/03/2014.

Coletivo Femenina. Perfil no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/coletivo.femenina?fref=ts>>. Acesso em 04/03/2014.

CORCUFF, Phillip. *As Novas Sociologias: construção da realidade social*. São Paulo: EDUSC. 2001

COSTA, S.L., FARIA, A.A. Tecnologias do corpo-ciborgue-mameluco. *Artefactum Revista de Estudos das Linguagens da Arte e da Tecnologia*. N. 1, 2014.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Comunicação digital e novas mídias institucionais. In: *Comunicação Estratégica*. In: KUNSCH, Margarida M.K. *Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos*. São Paulo: Saraiva, 2009, v.1

CORTÊS, Pedro Luiz. *A verdadeira história do IG*. São Paulo, Erica, 2001.

CRAPANZANO, Vincent. 2005. A cena: lançando sombra sobre o real. *Mana. Estudos de Antropologia Social*. Outubro de 2005. Vol. 11, nº 2, p. 357-383.

DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro, Editora Guanabara, 5. a edição, 1990.

\_\_\_\_\_ DAMATTA, R. *O que faz o Brasil, Brasil*. Rio de Janeiro, Rocco, 1984.

DANTAS, Marcos (2002) *A Lógica do capital informação*. Rio de Janeiro: Contraponto.

\_\_\_\_\_ Telecomunicações: priorizar políticas de universalização e inclusão social. *Revista Oikos*, vol. 5, n.2.2006, p. 22),

DAUSTER, Tania. 1986. A Invenção do Amor: Amor, Sexo e Família em Camadas Médias Urbanas. In: S. Figueira (org.), *Uma Nova Família? O Moderno e o Arcaico na Família de Classe Média Brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. pp. 99-112.)

DEBBANÉ, A, VIEIRA, D. TASSAR, M. Espírito Santo de 1808 a 1849: os primeiros jornais In MARTINUZZO, José Antônio. (org.) *Quase 200: a imprensa na história capixaba*. Vitória: DIO, 2008.

DEHÓ, Maurício. Sonhando com medalhas, capixaba abre primeiro ginásio de boxe do país. UOL. São Paulo, fevereiro de 2009. Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/boxe/ultimas/2009/02/11/ult4358u304.jhtm> Acesso: 23/03/2013.

DEVAULT, L. *Feeding the Family*. University of Chicago Press, 1994.

DN GLOBO. A palavra do ano é... “selfie”. Espírito Santo, novembro de 2013. Disponível em: [http://www.dn.pt/inicio/globo/interior.aspx?content\\_id=3540144](http://www.dn.pt/inicio/globo/interior.aspx?content_id=3540144).> Acesso em 08/09/2014.

DOIMO. Ana Maria. *Movimento Social Urbano, Igreja e Participação Popular*. Petrópolis, Vozes, 1984.

DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, B. *O mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

DUARTE, Luiz Fernando Dias. 1986. *Da Vida Nervosa nas Classes Trabalhadoras Urbanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar/CNPq. ),

DURHAN, E. R. A pesquisa antropológica com populações urbanas: problemas e perspectivas. In: CARDOSO, R. (org.). *A Aventura antropológica: teoria e pesquisa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986, p. 17-38. Apud SARTI, Cynthia Andersen. *A família como espelho: um estudo sobre a moral dos pobres*. São Paulo: Cortez. 2003

DURKHEIM, E. *De la división Del trabajo social*. Trad. David Maldavsky. Bueno Aires: Schapire, 1967.

ECKERT, C. ROCHA, A. L. C. Etnografia de Rua: Estudo de Antropologia Urbana. Revista Iluminuras - Publicação Eletrônica do Banco de Imagens e Efeitos Visuais - NUPECS/LAS/PPGAS/IFCH e ILEA/UFRGS v. 4, n. 7, 2003.

ENGEL, J. F; BLACKWELL, R. D. MINIARD, P. W. *Comportamento do consumidor*. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

MARCUS, G. Depoimento. [1993] Entrevistadores: Heloisa Buarque de Almeida, Lidia Marcelino Rebouças, Vagner Gonçalves da Silva. Traduzido por Heloisa Buarque de Almeida. Revista Cadernos de Campo, n. 3, São Paulo, 1993.

ERTHAL, A.A. O telefone celular como produtor de novas sensorialidades e técnicas corporais. Revista Contemporânea. Rio de Janeiro, n.8, 2007.

EVANS-PRITCHARD, E. E. *The Nuer: A Description of the Modes of Livelihood and Political Institutions of a Nilotic People*. Oxford: Clarendon Press, 1940.

Famosinho da Casa Verde. Música.com.br. Globo. Disponível em: <<http://musica.com.br/artistas/famosinho-da-casa-verde/m/famosinho-da-casa-verde/letra.html>>. Acesso em 09/08/2014.

FAVRET-SAADA, Jeanne. Ser Afetado. Cadernos de Campo, n. 13. 2005.

FILHO, José Eduardo Pereira, 2002. A EMBRATEL: da era da intervenção ao tempo da competição, LABRE, LABRE, 2004. O Rádio. Disponível em: <<http://web.onda.com.br/auriverde/oradio.html>>. Acesso em: 15/02/2004.

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. São Paulo: LTC, 1975.

\_\_\_\_\_ *Antropólogo como Autor*. Paidós Ibérica, 1997.

FAVRET-SAADA, J. Ser afetado. (tradução de Paula de Siqueira Lopes). *Cadernos de Campo*, n. 13, p. 155-161, 2005.

FERREIRA, R.C. A proeminência da mão direita: um estudo sobre a polaridade religiosa em Robert Hertz. *Revista Ciências Sociais em Perspectiva*. Vol. 10 – Nº 19 – 2º Semestre de 2011.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para a internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FREITAS, Monica Ferri, 1980 *A disputa entre os diferentes projetos políticos no orçamento participativo do município de Vila Velha – E. Santo: radicalização da democracia ou elitismo democrático?* [Vitória] 2009 xii, 348 p., 29,7 cm (UFES, M. Sc., Política Social, 2009) Dissertação, Universidade Federal do Espírito Santo, PPGPS.

FOLHA VITÓRIA. Tráfico impõe regras para moradores da Morada da Barra, em vila Velha. Seção Polícia, março de 2014. Disponível em <<http://www.folhavoria.com.br/policia/noticia/2014/03/briga-entre-trafficantes-causa-medo-em-moradores-de-vila-velha.html>>. Acesso: em 12/03/2014.

FOUCAULT, MICHEL. *Tecnologias del yo – Y otros textos afines*. Tradução de Mercedes Allendesalazar. 1a. ed. Barcelona: Paidós Ibérica, 1990. 150p.

\_\_\_\_\_ *Qu'est-ce que la critique? (Critique et Aufklärung)*. Paris: Armand Colin, Bulletin de la société française de philosophie, 84 Année, Nº2 Avril-Juin 1990

FORTUNATTI, L. *The mobile phone: towards new categories and social relations: information, communication and society*. Cambridge: New University Press, 2002.

FOOTE-WHITE, William. *A Sociedade de esquina*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

GEEK. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Geek>>. Acesso em: 10/09/2014.

GEERTZ, Clifford, 1926-. *A interpretação das culturas*, Rio de Janeiro: LTC, 2008. 323p.

GOFFMAN, E. *Comportamentos em Lugares Públicos: Notas sobre a organização social dos ajuntamentos*. Petrópolis: Vozes, 2010.

\_\_\_\_\_ *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, Vozes, 1995.

GOIDANICH, Maria. Compras, trabalho doméstico e gênero Disponível em: <<http://r1.ufrj.br/cpda/wp-content/uploads/2012/05/artigo-de-Elisabeth-Goidanich-para-leitura-pr%C3%A9via.pdf>>. Acesso em 20/04/2013.

GONÇALVES, C.S. PAIVA, D.R. Impacto sócio-ambiental na região da Grande Terra Vermelha-ES. Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina. 20 a 26 de março de 2005. Universidade de São Paulo.

GONÇALVES, M.A.HEAD, S. *Devires imagéticos: a etnografia, o outro e suas imagens*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2009.

GOMES, Laura Graziela F. F. Fansites ou o “consumo da experiência” na mídia contemporânea. Revista Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 313-344, jul./dez. 2007.

\_\_\_\_\_ “Madame Bovary ou o consumo moderno como rama social. In BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2006.

GOMES, Fiorella. POSSMOZER, Michelli. Blog Histórias de Terra Vermelha. Vitória, 05 de maio de 2010. Disponível em: <<http://www.historiastvermelha.blogspot.com.br/2010/04/historia-como-ela-e.html> -> . acesso em: 20/11/2013.

GORZ, A. *O Trabalho Imaterial*. Ciência valor e capital, Annablume, 2005.

GRANOVETTER, M. A força dos laços fracos: uma rede. *Teoria Sociológica 1*. Califórnia: Jossey-Bass, v.1., p.2001-2233, 1983.

HARAWAY, D. KUNZRU, H. TADEU, T. (org. e trad.) *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. (Organização e tradução Tomaz Tadeu) 2. ed., Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

HAVELOCK, E. A., *Preface to Plato*. Cambridge: Harvard University Press, 1963.

HANNERZ, Ulf. Fluxos, Fronteiras, Híbridos: Palavras-chave da Antropologia Transnacional. *Mana* 3 (1), 2007, pp.7-39.

HEAD, S. Olhares e feitiços em jogo: uma luta dançada entre imagens e texto. In. GONÇALVES, M. A. HEAD, S. *Devires imagéticos: a etnografia, o outro e suas imagens*. Rio de Janeiro: 7letras, 2009.

HEIDEGGER, Martin. *Ser e tempo*. Trad. Marcia Sá Cavalcante Schubac. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

\_\_\_\_\_ *A origem da obra de arte*. Tradutora: Maria da Conceição Costa. Rio de Janeiro: Edições 70, 1977.

HINE, Christine. *Etnografia Virtual*. Barcelona: UOC, 2004.

**IBGE**. Anuário Estatístico 95. Rio de Janeiro, **IBGE**, 1996. Censo Demográfico 2010 Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/>> . Acesso em 12/01/2014.

\_\_\_\_\_ Wireless Mundi, você S/A, Firjan, Ministério da Saúde, Ministério das Cidades, Instituto Nacional de ciência e Tecnologia – observatório das metrópoles.) Disponível em: <<http://www.pmv.gov.br/>>. Acesso em 16/12/2013.

**IGG5**. Blog do Instituto de Desenvolvimento Comunitário. Vila Velha, março de 2012. Disponível em: <<http://institutogg5.blogspot.com.br/>> Acesso em 10/11/2013.

ITO, Mizuko; OKABE, Daisuke; MATSUDA, Misa (eds.). *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*. Chicago: The MIT Press, 2005.

JANSEN, Thiago. Número de Internautas no Brasil alcança percentual inédito, mas acesso ainda é concentrado. *Jornal O globo*. Rio de Janeiro, Junho de 2014. Seção Tecnologia. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/numero-de-internautas-no-brasil-alcanca-percentual-inedito-mas-acesso-ainda-concentrado-13027120#ixzz3CjmUKoSF>>. Acesso em 03/07/2014.

JENKIS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JUNKEIRA, Daniel. O que aconteceu com as lan houses no Brasil? UOL. Seção Olhar Digital, agosto de 2012. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/lan-houses-se-tornaram-centros-de-inclusao-digital/>> Acesso em 08/09/2014.

KANT, Immanuel. *Crítica da Razão Pura*. (Tradução de Manuela Pinto dos Santos e Alexandre Fradique Morujão). 7. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2010.

KERSTENETZKY, Celia Lessa; UCHÔA, Christiane. Moradia inadequada, escolaridade insuficiente, crédito limitado: em busca da nova classe média. In: BARTELT, Dawid Danilo. *A “Nova Classe Média no Brasil como Conceito e Projeto Político”*. Rio de Janeiro: Setembro 2013.

KORZAAN, Melinda L. Going with the flow: predicting on-line purchase intentions. *Journal of Computer Information systems*. Summer, p. 25 – 31, 2003.

KROHLING, Beatriz S. M. *Conselho Comunitário de Vila Velha (ES): um sujeito coletivo político em movimento*. 268 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) – Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1997.

KUNZRU, Hari; HARAWAY, Donna; SILVA, (Organização e tradução de Tomaz Tadeu). *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2009, 126 p.

YACCOUB, Hilaine de Melo. *Atirei o pau no "gato"*. Uma análise sobre consumo e furto de energia elétrica (dos "novos consumidores") em um bairro popular de São Gonçalo – RJ Dissertação (Mestrado) apresentada ao Departamento de Antropologia do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense. Niterói, RJ, 2010.

YUE, Z. Mobile phone demonstrates individuality: new expressions of today's hand-phone culture. Beijing Morning Post, February 24. <<http://mobile.tom.com/archive/1145/2003/2/24-53731.html>>. Acesso em 22 de março de 2014.

LASEN, Amparo. *Affective Technologies: emotions and mobile phones*. Surrey: The Digital World Research Centre, 2004. Disponível em: <[www.surrey.ac.uk/dwrc/Publications/AllPubs.pdf](http://www.surrey.ac.uk/dwrc/Publications/AllPubs.pdf)>. Acesso em: 20 jul. 2006.

LAHUD, De criollos e capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional na Argentina e no Brasil. XXVI Reunião da ANPOCS. Caxambu, 22 e 23 de outubro de 2002.

LATOUR, B. On recalling AnT. in: LAW, John; HAS-SARD, John. *Actor network theory and after*. Oxford: Blackweel Publishers, 1999, p. 15-25.

\_\_\_\_\_. *Jamais fomos modernos: ensaios de antropologia simétrica*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

\_\_\_\_\_. *Como prosseguir uma Tarefa de delinear Associações ?*, In *Configurações*, no 2, 2006, pp. 11-27. Tradução do Texto "Introdução: Como retomar a tarefa de traçar as associações", de Bruno Latour (2005), *Remontagem do social - Uma introdução ao Actor-Network-Theory*, Oxford, Oxford University Press, pp 1- 17.

LAW, J. *Organizing Modernity: Social Ordering and Social Theory*. Oxford: Blackwell. 1994.

LEACH, Edmund. *Os Sistemas Políticos da Alta Birmânia*. São Paulo: Edusp, 1995.

LEITÃO, K. D. Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França. *Horiz. Antropol.* Vol.13 no. 28 Porto Alegre July/Dec. 2007

\_\_\_\_\_GOMES, Laura G. “Machinima and Ethnographic Research in Three-Dimensional Virtual Worlds”. in: *Vibrant – Virtual Brazilian Anthropology*, v. 9, n. 2. July to December 2012. Brasília, ABA

LÉVY, P. *A Inteligência Colectiva*. Para uma Antropologia do Ciberespaço. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

LÉVI-STRAUSS, Claude. O feiticeiro e sua magia. In: *Antropologia Estrutural*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. 1975.

\_\_\_\_\_ O cru e o cozido. *Mitológicas I*. São Paulo, CosacNaify, 2004.

LEROI-GOUHRAN, A. *Le geste et la parole*. Paris: Albin Michel, 1964.

LEMOS, André (org.). *Cidade Digital*. Portais, Inclusão e Redes no Brasil. Salvador, EDUFBA, 2007.

\_\_\_\_\_ *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

\_\_\_\_\_ *Cibercidade: as cidades na cibercultura*. Rio de Janeiro, Epappers, 2004.

LEMOS, Ronaldo. Internet brasileira precisa de marco regulatório civil. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/ultnot/2007/05/22/ult4213u98.jhtm>>. Acesso em 15/07/2011.

LEOPOLDI, José Sávio. Sociedade e modernidade: a celebração do indivíduo e a minimização do sujeito. ALCEU (Revista de Comunicação, Cultura e Política), 2009, v. 10, n.19 - p. 192 a 204 - jul./dez.

LEMINSKY, P. *Distraídos Venceremos*. São Paulo: Brasiliense, 1987. 113p

LIMA, Ari. Funkeiros, timbaleiros e pagodeiros: notas sobre juventude e música negra na cidade de Salvador. denCad. Cedes, Campinas, v. 22, n. 57, agosto de 2002, p. 77-96  
Disponível em <<http://www.cedes.unicamp.br>>. Acesso em: 03/04/2014.

LING, R., & YTTRI, B. (2002). Hyper-coordination via mobile phones in Norway. In J. E. Katz & M. Aakhus (Eds.), *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance* (pp.139-169). Cambridge, MA: Cambridge University Press.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Companhia das Letras, São Paulo, 2007.

LUTZ, C. ABU-LUGHOD L. In ABU-LUGHOD, Lila (orgs.). *Language and the Politics of Emotion*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

LUBISCO, Marcelo. Narrowcasting, segmentação e outros medos na comunicação. Duplo Causa e Movimento. <<http://www.agenciaduplo.com.br/narrowcasting-segmentacao-e-outrosmedos-na-comunicacao/>>. Acesso em 04/04/2014.

MACEDO, S. L. Xamanizando a *escrita*: aspectos comunicativos da *escrita* ameríndia Mana vol.15 no.2 Rio de Janeiro Oct. 2009

MACHADO, Rosana P. Etnografia do “Rolezinho”. Revista Carta Capital, 15/01/2014.  
Disponível em: < Rosana, <[http://www.cartacapital.com.br/socieda\\_de/etnografia-do-201crolezinho201d-8104.html](http://www.cartacapital.com.br/socieda_de/etnografia-do-201crolezinho201d-8104.html)>. Acesso em 07/03/2014.

\_\_\_\_\_ SCALCO, Lucia Mury. "Brand Clans: Consumption and Rituals Among Low-income Young People in the City of Porto Alegre" in *International Review of Social Research*. Volume 2, Issue 1, February 2012, 107-126

McCRACKEN, G. *Culture and consumption*. Indianapolis : Indiana University Press, 1990.

Marco Civil seus direitos e deveres em discussão. Blog Cultura Digital. <<http://culturadigital.br/marcocivil/>>. Acesso em 18/02/2012.

MARCO Civil. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Citando\\_a\\_Wikip%C3%A9dia](http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Citando_a_Wikip%C3%A9dia) >. Acesso em: 13/07/2013.

MARCUS, George E. O que vem (logo) Depois do “Pós”: o caso da Etnografia. *Revista de Antropologia*, Vol. 37, 1994. Pp.7-34

MAGNANI, Jose Guilherme. “Quando o campo é a cidade, fazendo antropologia na metrópole”. In MAGNANI, Jose Guilherme & TORRES, Lilian de Lucca. *Na Metrópole: Textos de Antropologia Urbana*. São Paulo, Edusp; Fapesp, 2000.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do pacífico ocidental: Um relato do mpreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanesia*. São Paulo: Abril Cultural, 1976. 436 p. (Pensadores(os); v.43

MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003. p. 399-422.

MEAD, M. *Sexo e temperamento em três sociedades primitivas*. São Paulo: Perspectiva, 1979.

MELLO, Marco Antonio da Silva; VOGEL, Arno. SANTOS, Carlos Nelson Ferreira dos. Quando a rua vira casa: a apropriação de espaços de uso coletivo em um centro de bairro. Rio de Janeiro, IBAM, 1981.

\_\_\_\_\_ Os filhos da cidade: considerações sobre um fenômeno inquietante e suas implicações para a existência de um espaço democrático plural. VIII congresso Lusoafro-Brasileiro de Ciências Sociais. Coimbra, 16, 17 e 18 de setembro de 2004.

\_\_\_\_\_ A. VOGEL, A. Os filhos da cidade: considerações sobre um fenômeno inquietante e suas implicações para a existência de um espaço democrático plural. VIII congresso Luso-afro-Brasileiro de Ciências Sociais. Coimbra, 16, 17 e 18 de setembro de 2013

MERCLKÉ, Pierre. 2004. *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris: La Découverte. 121 p.

MICHELAZZO, Paulino, 2004. SL não é reserva de mercado. Revista do Linux. Disponível em: <<http://www.revistadolinux.com.br/ed/043/assinantes/filosofia.php3>>. Acesso em: 19/02/2004.

MIZRAHI, Mylene. 2006. *Figurino funk: uma etnografia sobre roupa, corpo e dança em uma festa carioca*. Dissertação de mestrado defendida no PPGSA-IFCS-UFRJ

MILLER, Daniel. SLATER, Don. *Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad*. em *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 2004, ano 10, n.º 21, pp. 41-65, Janeiro/Junho.

\_\_\_\_\_ HORST, H. *The Cell Phone: an Anthropology of Communication*. Oxford; Berg, 2006.

\_\_\_\_\_ *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

\_\_\_\_\_ Consumo como cultura material. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul/dez. 2007.

MOURA, Felipe. *Identidade como discurso no ciberespaço: interações homorientadas em salas de bate-papo*. Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Ciências Sociais da Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, 2010.

**MOVIVE**. Movimento Vida Nova Vila Velha. Vila Velha. Disponível em: <http://www.movive.org.br/conteudo/omovive/> Acesso em 10/11/2013.

MUSSO, P. A filosofia da rede. In: PARENTE, A. *Tramas da Rede: dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Editora Sulina 2010.

NERI, Marcelo Cortes (Coord.) *A nova classe média*. Rio de Janeiro: FGV/IBRE, CPS, 2008.

NORDLI, H. SORENSEN, K. *A study of Norwegian Game Designers*. Helsinki: SIGIS, 2003.

NOVA ELETRÔNICA. Gato na TV – Azbox Azamerica - DuoSat Probox – O roubo em HD. Disponível em: <http://www.eletronica.com/gato-em-tv-por-assinatura-satelite/>. Acesso em 04/06/2013.

NASSIF, L. Nova proposta de marco civil agrada as empresa de telecomunicações. Disponível em: <http://jornalggn.com.br/noticia/nova-proposta-do-marco-civil-da-internet-agrada-empresas-de-telefonias>. Acesso em 23/02/2013.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso. *O trabalho do antropólogo: Olhar, ouvir e escrever*. In: O trabalho do Antropólogo. 2ª Ed. São Paulo: UNESP,1998.

ONG, W. J. *Oralidade e cultura escrita: a tecnologização da palavra*. Trad. de Enid Abreu Dobránszky. Campinas: Papyrus, 1998.

Pacote de Internet Pré ou Pós-Pago? Veja qual é a Melhor Opção. Diário do Consumidor. Setembro de 2013. Disponível em: <http://portaldodoconsumidor.wordpress.com/2013/09/02/pacote-de-internet-pre-ou-pos-pago-veja-e-qual-a-melhor-opcao/>. Acesso em: 03/06/2014.

PARK, Robert Ezra. A cidade: Sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In, Velho (Org). *O fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro, Guanabara, 1979.

PAVESI, PATRICIA P. BARRETO, D. Responsabilidade x Legalidade: avaliando o trato da saúde mental por meio das terapias alternativas na cidade de vitória. 2004. Iniciação Científica. (Graduando em Direito) - Instituto de Ensino Superior de Vitória, Fundo de assistência à ciência e tecnologia da Prefeitura Municipal de Vitória.

PEREIRA, Vanessa. A. Como assim “Pesquisa Etnográfica no Ciberespaço”? <<http://vanessapereira.br.tripod.com/teoriatrab.html>>. Acesso em maio 2005.

PERSEGONA, Marcelo Alves. GAMA, Isabel Teresa. História da Internet: origens do e-gov no Brasil. Disponível em: <<http://ffb.virtual.ufc.br>>. Acesso em 03/04/2013.

PIGNATON, Fernando J. *Participação popular na elaboração de orçamentos públicos municipais: a experiência do Espírito Santo, 1983 a 1994*. Vitória EDUFES, 2005

PIRES, Lenin. “Arreglar” ou pedir arrego – o comércio ambulante e a administração dos conflitos nos trens de Buenos Aires e Rio de Janeiro. Disponível em <<http://www.abant.org.br/>>. Acesso em 30/05/2012.

PIRES, Marlene de Fátima Cararo. *Educação popular e caráter educativo dos movimentos populares urbanos: um estudo do processo de participação popular no orçamento municipal de Vila Velha*. 1993. 167 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 1993.

PMV. Prefeitura Municipal de Vitória. Ciência e Tecnologia. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/cidade/ciencia-e-tecnologia>>. Acesso em 20/01/2013.

---

Secretaria de Comunicação. Vitória, dezembro de 2013. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/secom.phppagina=noticias&idNoticia=8938>>. Acesso em 02/12/2013

\_\_\_\_\_. Secretaria de Comunicação. Vitória, dezembro de 2013. Disponível em <<http://www.vitoria.es.gov.br/secom.php?pagina=noticias&idNoticia=8938>>. Acesso em 15/1/2013.

PORCHMAN, Márcio. *Nova classe média?*. São Paulo: boitempo, 2012.

PORTUGAL, S. Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica. Oficina do CES, n. 271, 2007.

PRADO, Gilberto. ECA/USP. Grupo Poéticas Digitais. Disponível em: <<http://www2.eca.usp.br/cap/gilbertto/>> Acesso em 30/04/2013.

PRATES, Marco. Curitiba é a capital mais desenvolvida do Brasil; SP é segunda. Revista Exame. São Paulo, Dezembro de 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/curitiba-e-a-capital-mais-desenvolvida-do-pais-veja-lista>>. Acesso em 02/12/2013.

RAKOW, L.; NAVARRO, V. *Remote Mothering and the Parallel Shift: Women meet the Cellullar Telephone*, Critical Studies in Mass Communication, 2003, 144-157.

RAMOS, J.S. Dilemas da masculinidade em comunidades de leitores da revista Men's Health. Sexualidade, salud y sociedade. *Revista Lationamericana*. n.7 - abr. 2011 - pp.9-43.

\_\_\_\_\_. Toma que o aborto é teu: a politização do aborto em jornais e na web durante a campanha presidencial de 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n7/a04n7.pdf>>. Acesso em 28/08/2014.

REINHARDT, A. BONETT, A. CROCKETT, R. Can Nokia get the wow back?. Business Week, May 31, 18-22.

RHEINGOLD, H. *Virtual Community*. London: Seckes and Warburg, 1994.

REZENDE, C. *Mágoas de amizade: um ensaio em antropologia das emoções*. Revista Mana, Museu Nacional, 2002.

RIBEIRO, Wesley. Rolezinho em Shopping Vira Tumulto em Vila Velha. A Gazeta. 05/05/2014. Disponível em: <<http://www.gazetaonline.globo.com/conteudo/2014/05/noticias/cidades/1485965-rolezinho-em-shopping-termina-em-tumulto-em-vila-velha.html>>. Acesso em 27/05/2014.

ROCHA, Haroldo C. Formação econômica do Espírito Santo e sua lógica empresarial. In: VASCONCELLOS & DAVEL (Org.). *Inovações organizacionais e relações de trabalho: ensaios sobre o Espírito Santo*. Vitória: EDUFES, 1998, p. 33-75.

ROCHA, R.M.M. Juventudes, comunicação e consumo: visibilidade e práticas narrativas. In BARBOSA, L. VELLOZO, L. *Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RONCONE, Wanise. *O discurso midiático em cena: análises do programa "Balanço Geral"*. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Direito de Vitória, janeiro de 2013.

SAHLINS, Marshall. Cosmologias do Capitalismo: O Setor Trans-Pacífico do 'Sistema Mundial'. In: *Anais da XVI Reunião Brasileira de Antropologia*. Campinas, SP, 1988, pp. 47-106.

\_\_\_\_\_. *Ilhas de história*. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina*. Trad. Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SANTARÉM, PRS. O direito achado na rede: a emergência do acesso à Internet como direito fundamental no Brasil. Brasília. Disponível em: <<http://www.repositorio.unb.br>>. Acesso em 23/11/2012.

SARTI, C. A. *A família como espelho: um estudo sobre a moral dos pobres*. Campinas-SP: Autores Associados, 1996.

\_\_\_\_\_ Famílias enredadas. In: ACOSTA, Ana Rojas; VITALE, Maria Amália Faller (orgs). *Família: rede, laços e políticas públicas*. SP: IEE/PUCSP, 2003, p. 21 – 36.

SCALON, Maria Celi. Juventude, Igualdade e Protestos. *Revista Brasileira de Sociologia* vol.1, no 2, 2014.

SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DO ESPIRITO SANTO (SECULT a). Meu lugar. Portal Yah!, Vitória, novembro de 2013. Disponível em: <<http://www.portalyah.com/meulugar/historias/conjuntos-habitacionais-dao-origem-a-uma-das-regioes-mais-populosas-de-vila-velha/>>. Acesso em 20/11/2013.

\_\_\_\_\_ (SECULT b) Meu lugar. Portal Yah!, Vitória, novembro de 2013. Disponível em: <<http://www.portalyah.com/meulugar/historias/conjuntos-habitacionais-dao-origem-a-uma-das-regioes-mais-populosas-de-vila-velha/>>. Acesso em 20/11/2013.

\_\_\_\_\_ (SECULTc) Disponível em: <<http://www.portalyah.com/meulugar/historias/conjuntos-habitacionais-dao-origem-a-uma-das-regioes-mais-populosas-de-vila-velha/>>. - acesso: 20/11/2013.

SILVA, Sandra R. “Eu não vivo sem celular”: sociabilidade, consumo, corporalidade e novas práticas nas culturas urbanas. *Revista Intertexto* [on-line]. Edição v. 2. Porto Alegre: UFRGS, 2007. <Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/issue/view/304> ISSN 1807-858>. Acesso em 10 de nov de 2012.

\_\_\_\_\_ Performances de masculinidade, práticas de subversão: o consumo de telefones celulares entre jovens e camadas populares. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo ESPM*, vol 9, n. 26, 2012.

SIMMEL, G. As grandes cidades e a vida do espírito. In: *Mana*, Rio de Janeiro, vol.11, n.2, out. 2005, p. 577-591.

SIMONDON, G. *Du mode d'existence des objets techniques*. Paris: Aubier, 1958.

SIQUEIRA, Maria da Penha Smarzaró. *Industrialização e empobrecimento urbano: o caso da Grande Vitória – 1950-1980*. Vitória: EDUFES, 2001, cap. III e IV, p. 87-161.

SLATER, D. *Cultura do Consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002.

SOUZA, Maria Carmem Jacob de. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação abril 2/ 2007.

SOUZA, Jessé. A invisibilidade da luta de classes ou a cegueira do economicismo. In: BARTELT, Dawid Danilo. *A “Nova Classe Média no Brasil como Conceito e Projeto Político”*. Rio de Janeiro: Setembro 2013.

STRATHERN, Marilyn. *The Gender of the Gift: Problems with Women and Problems with Society in Melanesia*. Berkeley: University of California Press, 1988.

\_\_\_\_\_ Displacing knowledge: Technology and the consequences for kinship. In: RAPP, Rayna; GINSBURG, Faye (eds.). *Conceiving the New World Order: the Global Politics of Reproduction*, Berkeley: University of California Press, 1995.

TACCHI, Jo Ann. Rario sound as material culture in the home. University College London, 1997. Disponível em: <<http://discovery.ucl.ac.uk/1317663/1/267690.pdf>>. Acesso em: 03/06/2013.

TEDESCHI, B. The ring tone business looks good to Record companies: but a do-it-yourself program may cut the profit short. New York Times, February 23: C5.

TELLES, Vera da Silva. *Ilegalismos Urbanos e a Cidade*. Disponível em: <<http://www.veratelles.net/>>. Acesso em 10/05/2012.

TORQUATO, S. A. *Casa nova, vida nova: Consumo, despesas e orçamento doméstico entre moradores do PAC do Morro do Preventório*. Tese de Doutorado defendida pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia/UFF, Niterói, 2013.

Tribuna Online. História. Vitória. Disponível em: <<http://www.redetribuna.com.br/online/>>. Acesso em 09/09/2013.

TURKLE, Sherry. *El segundo yo. Las computadoras y el espíritu humano*. Buenos Aires: Ediciones Galápagos, 1984.

\_\_\_\_\_ *A Vida no Ecrã: a identidade na era da Internet*. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

TURNER, Victor. *O processo ritual*. Petrópolis: Vozes, 1974.

\_\_\_\_\_ *The Anthropology of Performance*. New York: PAJ publications, 1987.

\_\_\_\_\_ *Floresta de símbolos: aspectos do Ritual Ndembu*. Niterói: EdUFF, 2005.

VALLADARES, Lícia. *A invenção da favela: Do mito de origem à favela*. Rio de Janeiro, Editora FGV. 2000.

VASCONCELOS, M. M. *Consumidor consciente, cidadão negligente?* Dissertação apresentada ao Curso de Pós-graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense, 2005.

VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

VELHO, G. (Org.); KUSCHNIR, K. (Org.). *Mediação, Cultura e Política*. 1. ed. Rio de Janeiro: Aeroplano. v. 1. , 2001

\_\_\_\_\_ *Comentários sobre um texto de Bruno Latour*. Mana vol.11 no.1 Rio de Janeiro Apr. 2005.

\_\_\_\_\_ *Individualismo e Cultura: Notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

VELOSO, Letícia; SANTOS, E. Inácio dos. Consumo e Sociabilidade na Construção do Imaginário Carioca. In: BARBOSA, Lívia. PORTILHO, Fátima. VELOSO, Letícia (orgs). *Consumo: cosmologias e sociabilidades*. Rio de Janeiro: Maud X; Seropédica, RJ: EDUR, 2009.

VERNE, J. *Volta ao mundo em 80 dias*. São Paulo: Novo Brasil, 1984.

VIANNA, Hermano. "*Fragments de um discurso amoroso (carioca e quase virtual)*". In: Galeras Cariocas, territórios de conflitos e encontros culturais. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

VIANNA, Oliveira. *Instituições Políticas Brasileiras*. Brasília: Conselho Editorial do Senado Federal, 1999.

VICENTE, Eliana. '*Nova classe média*'? Uma abordagem antropológica sobre consumo, mobilidade e inclusão social. Dissertação (Mestrado em Antropologia), Programa de Pós-Graduação em Antropologia, UFF, Niterói 2012.

VILA VELHA, Prefeitura Municipal. Lei Municipal 4707 de fevereiro de 2008. Institui a criação das Regiões Administrativas do Município de Vila Velha. Disponível em: <<http://www.legislacaoonline.com.br/vilavelha/images/leis/html/L47072008.html>>. Acesso em 12/01/2014.

Vitória é a Quarta Cidade mais Digital do País. A Gazeta. Vitória, 04 de Setembro de 2012. Disponível em: <[http://gazetaonline.globo.com/conteudo/2012/07/a\\_gazeta/minuto\\_a\\_minuto/](http://gazetaonline.globo.com/conteudo/2012/07/a_gazeta/minuto_a_minuto/)>. Acesso 16/12/2013

Vitória fica em Quarto Lugar no País em Qualidade de Vida. A Gazeta. Vitória, julho de

2013. Disponível em: <<http://gazetaonline.globo.com/conteudo/2013/07/noticias/c.html>>. Acesso em 14/12/2013.

VIEIRA, Eduardo. *Os Bastidores da Internet no Brasil: historias de sucesso e fracasso que marcaram a web brasileira*. Barueri: Manole em 2003.

VIVO ON. Disponível em: <<http://www.vivoon.com.br/sejavivoon/pre>>. Acesso em 02/09/2014.

VYGOTSKY, L. S. *A formação social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores*. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

WALSH, Peter. That Whitered Paradigm: The web, the expert and the Information Hegemony. In: JENKIS, H. THORNBURN, D. (Orgs.) *Democracy and New Media*. Cambridge, Massachusetts: Mit Press, 2003.

WAZE. Disponível em: <<https://www.waze.com/pt-BR>>. Acesso em 05/07/2014

WIKIPÉDIA. Desenvolvido pela Wikimedia Foundation. Apresenta conteúdo enciclopédico. <Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Meme\\_\(Internet\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Meme_(Internet))>. Acesso em: 08/09/2014.

WITTGENSTEIN, Ludwig. *Investigaciones filosóficas*. Barcelona: Crítica, 1988.

XING LING. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Xing\\_Ling](http://pt.wikipedia.org/wiki/Xing_Ling)>. Acesso em: 23/03/2014.

ZALUAR, Alba. *A máquina e a revolta: as organizações populares e o significado da pobreza*. São Paulo: Brasiliense, 2000.

## ANEXOS

### Anexo I

#### Depoimentos e diálogos

##### Depoimento 1

Neste sentido o depoimento de um de seus pioneiros que julgo bastante instrutivo e esclarecedor acerca da chegada da Internet a terras capixabas recolhido Nenna, em 2000 ([www.taru.art.br](http://www.taru.art.br)), para o projeto "História da Internet no ES":

On - Como surgiu a internet em sua vida?

Roberto - Na realidade começou com a Bitnet, que existia antes da Internet. Eu comecei a trabalhar na época em que estava na IBM, 91, 92, e naquele tempo a gente começou os primeiros contatos com a Internet, que estava vindo para o Brasil. Já estava no Brasil, mas era uma coisa bem insipiente ainda. Na IBM, apesar de ser uma empresa comercial, tinha um centro científico que interagia muito com o meio acadêmico.

On - Isto aonde?

Roberto - No Rio. Eu estou aqui desde 92, vim para a Ufes. Quando saí da IBM, fiz um concurso para professor do Departamento de Informática. E aí quando cheguei existia uma ligação bem precária com a Bitnet. Ligação discada, via modem discado. Então todo dia, às 3 horas da tarde, o pessoal do NPD se conectava com o Rio, descarregava os mails, as mensagens que estavam presas.

Nesta época começou uma mobilização para fazer a ligação com a Internet. A Bitnet era uma rede que já estava com data marcada para morrer e acabou se prolongando, prolongando até que ninguém mais quis utilizar. Morreu de causas naturais, vamos dizer assim. Não foi de morte matada. Foi de morte "morrída".

A Bitnet era uma rede apenas de máquinas IBM. Naquela época, início da década passada, todas as maiores universidades tinham máquinas IBM, porque tinha aquela política de preços subsidiados para as universidades. Então ficava muito fácil. Fazia-se uma ligação e pronto. Criou-se uma rede mundial que se chamava Bitnet. E já existia a Internet, todo mundo sabe da história da Internet, mas no Brasil ela veio surgindo devagar.

Naquela época linha de comunicação era uma coisa muito cara. Bastante cara. Hoje ainda é, mas não dá para comparar o que era naquela época e o que é hoje. As tarifas eram absurdas. A gente tinha um link - só dando um pulo à frente. A gente tinha um link com o Rio. A primeira ligação com a Internet era de 9.600 e tinha um custo de 4 mil dólares mensais. Era realmente uma coisa absurda. Hoje voce tem um custo desse, mas para links maiores 256, 512, 1Mb, coisas desse tipo.

Então, voltando, quanto eu cheguei estava esta movimentação para substituir a Bitnet pela Internet. Porque tava todo mundo vendo que era difícil de gerir, de manter aquele computador IBM. Aquele elefante branco que existia lá no NPD. E tinha muita limitação. Só podia utilizar serviço de e-mail praticamente. Era bastante limitado. Na Internet, como todo mundo sabe, os serviços são bem mais amplos.

E o que foi conseguido? Politicamente conseguimos com a Vale do Rio Doce uma linha de backup. Eles tinham várias linhas e sempre tinha uma de backup sobrando. Eles pagavam para não usar. Então foi feita uma mobilização política da Pró-Reitoria de Pesquisa junto com o Npd. O diretor do NPD na época, Professor Álvaro.

On - Mas nessa época já existia o plano nacional?

Roberto - Já. A RNP [Rede Nacional de Pesquisa] que era a origem da Internet. E o Espírito Santo sempre foi, vamos dizer assim, o primo pobre dessa história. Os recursos maiores eram destinados sempre ao Rio, São Paulo, Porto Alegre, Minas Bahia... que são as universidades que tem mais força política, e conseguiam mais verbas. As verbas não eram muitas... O plano da RNP na época era reunir todas as capitais. O ponto de presença da RNP seria sempre nas universidades. Que todas as capitais tem universidades federais. Lugares mais longe, Rondônia, não têm muitos cursos mas todas as capitais têm suas universidades. E a idéia, por ser um projeto do governo federal, era envolver todas as universidades, exceto aquelas que não tivessem pessoal habilitado para gerir esse ponto de presença.

Mas o Espírito Santo não recebia recursos. Você olhava o mapa da RNP e estava lá o Espírito Santo. Mas, sem grana. Então tivemos de fazer por iniciativa própria. O link com o Rio, foi feito através da Vale do Rio Doce, que nos cedeu esta linha de backup, pra gente na Ufes fazer esta conexão. Fizemos a conexão. Ligamos lá uma Risc 6000, um outro trambolhão que na época era um "maquinão". Ligamos isso aí na Internet, começamos a dar "contas" para os professores. O pessoal envolvido em pesquisa. Alguns funcionários da Vale tiveram acesso em contrapartida pelo uso do link.

On - Mas isto foi quando? Houve uma "data histórica"?

Roberto - Não. Porque isso aí foi muito uma fase de testes. Na época quem tocava isso era o José Inácio Serafini. 92 pra 93. Não sei dizer a data precisa. Mas eu entrei na Ufes em setembro de 92, e comecei a me envolver com isso. Não lembro se a conexão saiu no início de 93 ou final de 92. Mas foi nessa época.

O pessoal das antigas, todo mundo conhece o Serafini. Ele era analista de sistema senior do Npd. Serafini era uma espécie de "Deus" na Ufes. O processamento era centralizado, que era o IBM. Ele era uma pessoa que dominava todo aquele sistema. Então na Ufes, tudo passava pela mão do Serafini. Era como um Deus na Ufes.

Abrindo um parêntese, quando apareceu o processo do "downsizing", que começou a colocar computadores menores nos departamentos, quebrou aquela necessidade de um computador central, e o Serafini deixou de ser aquela referência na Ufes. Um fenômeno bastante interessante. Se você falar com qualquer pessoa com mais de dez anos de Ufes, de qualquer departamento, desde o CTN ao Centro de Artes, e perguntar se conhece o Serafini, a resposta vai ser sempre sim. Se você pega uma pessoa mais nova... deixou de ser aquele marco. Exatamente por causa disso. Houve uma descentralização. Foi um fenômeno muito interessante, que eu vivi bem.

Ele vinha tratando disso, e começamos a tocar juntos o projeto. O downsizing foi um fenômeno que causou mudanças radicais em várias empresas, em várias instituições. Você passa a depender menos de uma só pessoa. Tudo descentralizado, ligação em rede. Você passa a depender das coisas muito mais locais, interagindo com um núcleo central, o Npd não deixa de ter sua importância, mas aquela pessoa deixou de ser a única que conhecia tudo. Dominava tudo.

Bom, fechando o parêntese... voltando. Não houve assim uma marca. Um "dia histórico", pra você dizer assim: aqui começou a Internet no Espírito Santo. Até porque foram testes, tivemos alguns problemas, a linha que a gente ligava, era linha de 9.600 com modem síncrono e a porta serial que a gente usava para conexão era uma porta assíncrona. Tivemos que comprar um conector... para fazer a ligação tanto aqui como no Rio, no Rio a gente ligava com uma Sun. Naquela época a RNP era totalmente amadora. Os roteadores eram máquinas workstation Sun para funcionar como roteadores. Só uns dois ou três anos depois, a coisa se profissionalizou. Colocaram roteadores Cisco para fazer o backbone.

Então foram vários testes até que começou a funcionar. Então não sei dizer quando foi aquele dia. Aquela marca. Mas foi nesse período. Final de 92, início de 93. Foi quando começou realmente a Internet no Espírito Santo.

No princípio era uma única máquina. E aí a coisa começou a evoluir dentro da Ufes. Algumas pessoas que precisavam usar a Internet iam lá no Cpd. Ainda de uma maneira centralizada. E usavam os terminais que estavam conectados nessa Risc. Com o tempo a gente começou a fazer a ligação em rede e já começamos a colocar computadores no próprio Npd e as pessoas já podiam acessar sem ser no terminal. Já podia ter aplicações gráficas. Aquela aplicações ainda bem rudimentares. Rodadas em Windows 3.1 que você tinha que usar o "trumpet". Coisa assim, heróica mesmo.

Eu lembro que eu fiz a conexão do Npd ao Departamento de Informática. Conseguimos um modem sucateado. Não tínhamos recursos nenhuns. Mandeí consertar esses modems. Eram modems a 4.600. Fiz a conexão e aí fiz toda a rede da informática ligada à internet. A primeira rede fora do Npd foi no Departamento de Informática.

Logo na sequência mais um faxmodem, sucateado mesmo, e colocamos a elétrica funcionando também. Quase na mesma época. A partir daí a coisa começou a se profissionalizar. A Ufes começou a ver que a necessidade de Internet era grande.

Não me lembro bem as datas, mas por 94, 95 fizemos uma licitação grande na Ufes, fizemos estações de trabalho, várias workstations para poder ligar para uso computacional e para uso de Internet também. No Npd além desse acesso, colocamos uma placa multiseriada. Um modem para acesso discado, depois evoluiu para dois modems, depois para quatro, oito, foi crescendo mas não cresceu muito. Creio que chegou a oito, dez modems, com linhas telefônicas. Aí começou a ter uma necessidade muito grande das pessoas. Aí começou um outro fenômeno muito interessante na Ufes, que era uma regra que qualquer professor, independente de departamento, de pesquisa, tinha direito a acesso a Internet.

Foi uma enxurrada de professores pedindo acesso. Aqueles professores que nunca usaram, não sabiam nem o que era um computador. Foi-se descobrir depois que era para pegar para dar pro filho que dava pro primo, que dava pro amigo... e aí, com aquelas linhas telefônicas da Ufes era impossível de se usar porque tinha um monte de gente que não tinha nada a ver com Ufes, nada a ver com pesquisa. Era a mentalidade que o brasileiro tem com a coisa pública. É público, então vamos arrebentar, vamos usar, bagunçar... mais ou menos essa ideia.

Então, como você não tinha como controlar, você não tinha controle quase nenhum, você não tinha softs fazendo tarifação, não tinha nenhum controle de acesso. A gente sabia que existia, pois o próprio filho ia lá, garotão de 14, 15 anos falando de Internet que já usava BBS, que queria usar, que queria fazer download. Nosso canal era super cheio por causa de downloads. Foi uma coisa muito problemática na época. Foi o primeiro provedor de acesso discado. Obviamente bem rudimentar, com as ferramentas que existiam na época.

On - E como está a Ufes hoje?

Roberto - Olha, o campus da Ufes hoje está todo interconectado por fibra ótica. Em 94, 95 eu fiz um projeto grande, com o Hans Geork da elétrica... Hoje estou afastado da Ufes, voltei recentemente pro Rio...

## Depoimento 2

O depoimento de Demétrius Vázeos esclarece bastante essa experiência nos 90: depoimento e foto registrados por Nenna, para o projeto "História da Internet no ES"

On - Como e quando a internet entrou em sua vida?

Demétrius Vazeos - A internet surgiu na minha vida em maio de 95 quando eu fiz uma viagem aos Estados Unidos. Desde a época que morei lá, eu tinha uma assinatura Compuserve que era a maior BBS nos Estados Unidos e eles começaram a oferecer um serviço híbrido entre BBS e internet, acesso a web, coisa que eu já tinha lido nos últimos meses antes dessa viagem. Quando eu cheguei lá ainda tinha a assinatura e fiz uma conexão na BBS, entrei no portal da internet e comecei a dar uma navegada, a primeira navegada no que era a web na época. Nos Estados Unidos era algo avançado, que eles já tinham a web disponível há alguns anos. Eu nunca tinha visto nada desse nível porque a BBS nem se comparava com o que é a web.

Aquilo já era maravilhoso. Hoje, o que eu vi em maio de 95, já é completamente arcaico com a evolução que a internet teve nos últimos cinco anos. E assim voltei pro Brasil, muito entusiasmado com isso, empolgado com a expectativa de acessar a web aqui no Brasil, procurei ver como poderia fazer isso. Na época descobri que o único provedor que existia era a Embratel, que o foi o primeiro provedor a oferecer acesso discado ao público. Depois houve uma determinação que a Embratel não poderia fazer essa prestação de serviço de acesso discado e sim só dedicado, mas pelo fato de ainda não haverem provedores privados prestando este serviço, eles prestavam e eu consegui emprestado uma conta de um amigo e fazia a conexão através de um número no Rio de Janeiro, isso em junho mais ou menos de 95.

Ficava discando pra lá e chamava os amigos daqui, mostrava e as pessoas ficavam muito impressionadas com o que estavam vendo. Entre essas pessoas estavam o Angelos Natsoulis e o Alexandre Matarangas. Nos nossos bate papos como amigos e tudo o mais, uma hora a gente falou "já que não aparece ninguém... vamos fazer isso aqui em Vitória". Procurei ver se alguém da área de BBS que existia na época... a Ufes, eu vim saber mais tarde, tinha uma conexão através de um link de baixa velocidade, mas realmente eu nunca fiz um acesso através da Ufes, era uma coisa mais restrita ao pessoal internamente e eu não tinha acesso. Mas não existia um provedor privado em Vitória. Procurei as empresas que existiam aqui, que eu achava que iria ocorrer como havia ocorrido nos Estados Unidos originalmente, a transição natural seria das BBS se transformarem em provedores de acesso à internet, coisa que mais ou menos ocorreu mas não foi pra frente. Mas não tinha ninguém falando em abrir um provedor aqui no estado, a gente fazia interurbano para conectar no Rio de Janeiro. Às vezes não conseguia conectar no Rio, e quando juntava alguns amigos na frente do computador, chegamos a fazer ligações internacionais até para conectar nos EUA, ficávamos uns 10, 15 minutos olhando, depois a gente rachava a conta.

Mais ou menos final de junho início de julho é que a gente, já tendo procurado saber (no Espírito Santo e no Brasil) o que estava acontecendo na área de Internet em nível de provedor, foi que pensamos: porque não entrar

nessa área também? Havia oportunidade, não havia ninguém ainda e não havia expectativa, pelo que a gente estava vendo, de ter alguma coisa imediata. Nós começamos a procurar saber, em primeiro lugar, quais seriam os custos, o que envolveria montar um provedor, como se monta, como funciona, a tecnologia por trás disso, o equipamento necessário e tudo mais, e começamos a procurar. Cada um foi ver na sua área de conhecimento, mas ao mesmo tempo todos três, eu, Alexandre e o Angelos, olhando a área técnica, a parte comercial da coisa, a parte financeira e tudo mais.

Fizemos umas duas viagens a São Paulo, visitando fornecedores de equipamento, visitando uma feira - que eu não lembro qual foi - aonde nós vimos, o que na época foi passado para gente como sendo, o primeiro provedor privado no Brasil, que era a Nutecnet. Fizemos inclusive uma assinatura com eles. Fomos ao Rio de Janeiro conversar com uma empresa de consultoria na área de integração de redes para ver o que eles sabiam sobre montagem de provedor de Internet. Notamos que no Brasil, obviamente pelo fato de não haver ainda a cultura de Internet, não haviam pessoas qualificadas para dar informações precisas a nível técnico, cursos e tudo mais, então eu e o Alexandre fizemos uma viagem curta ao EUA também, onde visitamos uns provedores em Nova York e alguns fornecedores de equipamentos para tomarmos conhecimento do que estava sendo feito lá fora, como eles faziam, como era a integração das redes e tudo mais.

Pegamos a ideia da coisa, voltamos ao Brasil e aí começamos a fazer um contato com a Embratel, para ver como conseguiríamos um canal dedicado para um provedor, para começarmos então a considerar a abertura da operação. Fizemos um contato aqui na Embratel em Vitória. Na época, também para Embratel aqui em Vitória, por ser uma coisa que não existia o serviço, não que não existia, é que ainda não era oferecido normalmente, eles começaram a fazer contatos com as matrizes, com o Rio de Janeiro e Brasília, etc, para saber como poderiam fazer para prestar o serviço de um link dedicado na Internet de 64k e esse processo demorou algum tempo, também porque era uma coisa nova para eles. Enquanto isso, nós levantamos então os custos de equipamentos, montagem, etc. Vimos que era viável para gente, dentro dos nossos recursos, fazer este investimento e abrir um provedor, e aí começamos a correr atrás para viabilizar isto o mais rápido possível.

Até então ainda não havíamos escutado nada sobre outros provedores aparecendo na área. Nós não éramos pessoas da área de informática especificamente, a única pessoa que tinha contato nessa área era o Alexandre que trabalhava, na época, no Cpd da CST. Mas participamos de uma reunião que foi organizada por um quorum estadual que não me lembro bem especificamente qual na época, que foi feito na Faesa em São Pedro. Uma reunião sobre Internet no ES, onde pela primeira vez nós tivemos contato com o Cadu da Vixnet/BBS e o com Pedro Feu Rosa da Interlink, ele tinha uma BBS na época que mexia com equipamentos Machintosh. E aí soubemos da intenção deles, como BBS, de entrar nessa parte de provimento também. Mas, nós participamos desse encontro sem mencionarmos a nossa intenção, apenas escutamos para ver o que todos tinham a falar. Não mencionamos nada, continuamos correndo atrás e conseguimos fazer a compra dos equipamentos, a montagem de tudo. Mais ou menos no final de setembro de 95 e em outubro desse mesmo ano a Embratel ligou o nosso link de 64k, quando começamos a fazer os testes finais com alguns amigos, que foram os nossos "ratos de laboratório", digamos, testando o sistema para gente, onde estava falhando, o que precisava melhorar.

Preparamos tudo e entramos na feira de informática que ocorria todo ano no Shopping Vitória promovida pela Sucesu, mas nós não estando na área de informática nem sabíamos ainda da existência dela, soubemos através de um contato com o pessoal da Proad. Uma questão de 10 dias antes da realização da feira que estaria ocorrendo no final de outubro, procuramos saber se ainda existia stand disponível, e não existia, mas a Proad tinha pegado um stand muito grande, onde eles iriam trabalhar com alguns parceiros. Aí nós subdividimos, pegamos uma parte do stand, entramos com eles lá, e aparecemos de surpresa na feira. Já em parceria com a Proad, com o Tuffi, pessoa fantástica que nos ajudou muito no início e tudo mais. Nós tivemos muita sorte, todas as pessoas com quem a gente realmente lidou desde o início a nível de Embratel, empresa de consultoria do Rio, ISM, aqui na época a Telest, o pessoal da área comercial da Telest nos auxiliaram muito. Então nós realmente tivemos desde o início, e durante a época de Tropical Net, um apoio muito forte de pessoas boas dessa área.

Na feira de informática lançamos oficialmente a Tropical Net, que começou, se não me engano, no dia 24 de outubro de 95, nós éramos os únicos e sabíamos disso, que tínhamos um link de Internet no Espírito Santo para o provedor privado isso através da Embratel, porque a UFES (Universidade Federal do Espírito Santo) na época estava interligada através do link da Vale do Rio Doce. Nós éramos os primeiros a ter um link com a Embratel e para nossa surpresa na feira apareceu a Vix Net BBS na nossa frente, exatamente em frente ao stand da Proad, também "vendendo Internet", só que eles ainda não tinham o link próprio, não tinham conexão e estavam se preparando para entrar no ar com Internet dentro de algumas semanas e estavam fazendo uma conexão através de algum provedor fora do estado. E aí várias pessoas começaram a passar no stand da Proad, onde existia o banner da Tropical Net perguntando do que se tratava, e as pessoas ficaram extremamente surpresas ao ver que já existia uma empresa em Vitória, provedor de Internet privado, que oferecia acesso de casa imediato, porque a Vix Net estava vendendo por antecipação e que eles teriam o link dentro de algumas semanas e estavam fazendo assinaturas para oferecer o serviço daqui a algumas semanas. E a gente falava para as pessoas: "você compra aqui o serviço e já vai para casa, instala o software de acesso e você já está conectado a Internet". E como as pessoas ainda não sabiam o que era, faziam aquelas perguntas: é interurbano? Se eu entrar num site na Itália como é, eu pago uma ligação? E começou então a divulgação da cultura Internet, fazer com que as pessoas entendessem do que se tratava exatamente. Entramos no ar com a Embratel com esse primeiro link aqui no ES, pela informação que tivemos também, nós éramos o quinto provedor privativo a surgir no país na época.

Voltando um pouco atrás até da questão da Tropical Net que eu falei, este foi um nome que no final nós fizemos uma escolha de vários nomes para colocar na empresa e esse nome foi sugerido pelo Angelous, e a gente ficava repetindo os nomes entre nós mesmos para ver o que soava melhor. Passamos por vários, mas no final Tropical Net ganhou tendo Net para identificar a Internet e o Tropical para dar idéia de uma coisa realmente nossa, brasileira.

A nossa expectativa ao entrar nessa feira era que até dezembro de 95, nós tivéssemos aproximadamente uns 50 a 100 usuários. Nós havíamos começado com 15 linhas, onde nós fomos preparados para atender até uns 300 usuários, que a gente imaginava conseguir até abril, maio de 96. Era a nossa expectativa. Para nossa grande surpresa, nós saímos da feira que durou 4, 5 dias com mais de 250 assinaturas feitas.

Entre elas, Jorge Luiz Sagrillo, que também nos auxiliou muito. Nós tivemos bons contatos com ele no início. Ele nos cedeu algumas fotos originais de autoria dele, para que a gente usasse na home page da Tropical, nós usamos algumas fotos que existiam também num livro lançado pela Xerox aqui no estado, que mostrava o ES em fotos, tinham umas fotos maravilhosas que a gente botou na nossa página de entrada, na nossa home page.

A empresa éramos nós três e mais umas duas pessoas que nós havíamos contratado para um atender telefone e outro para ajudar no suporte. E acabamos com isso então, nós mesmos tendo que dar o suporte a esse grande número inicial de usuários que a gente teve, que nos surpreendeu. E nas primeiras semanas nós trabalhávamos nas casas dos assinantes que estavam comprando o serviço, muitas vezes até 1, 2, 3 horas da manhã fazendo instalação do software dando uma pequena aula de como navegar na web, de como enviar e receber e-mail, coisas do tipo. Realmente um serviço, na época, bem personalizado, que foi a tônica do serviço que a Tropical Net também sempre prestou.

A Tribuna entrou no ar um pouco antes da Gazeta. Eles não estavam na Tropical. Se me lembro bem, eles estavam hospedados no Sebrae, que estava começando a se envolver, a oferecer o serviço de Internet também. Realmente houve um Sebrae que de uma certa maneira, hoje até, apesar de fazer parte da história da Internet no ES, está um pouco esquecido pelo fato de que a passagem deles ou estadia deles na área de Internet foi muito curta. O Sebrae demonstrou interesse logo no final do ano de 95, de entrar na Internet, coisa que foi contestada por muitos de nós e outros provedores que estavam abrindo. É que não havia sentido uma empresa como o Sebrae entrar e competir com empresas pequenas como a nossa, frágeis, em estágio inicial de formação, de competirem com recursos muito acima do que tínhamos. Inclusive nossa entrada, na época, na Internet em questão de vendas, só não foi maior porque muitas empresas que tinham interesse de ter acesso a Internet, assinaram uma lista de pretendentes a usar o serviço do Sebrae num futuro próximo. O Sebrae realmente entrou no ar em algum momento, isso no início de 96, e até onde eu lembro, o serviço deles deve ter durado talvez 1 ano, 1 ano e pouco no máximo, quando finalmente a troca de diretoria do Sebrae chegou a conclusão de que aquele não era o objetivo do Sebrae e acabaram então deixando de prestar este serviço de acesso discado ao público em geral como eles estavam fazendo no início.

Foi aí então que a Tribuna, pelo que me lembro, ficou no ar por alguns meses trabalhando com seu site hospedado dentro da página do Sebrae. Era um projeto bem simples, na época, a nível Tribuna. Não era muito avançado, desenvolvido, que aparentemente não vingou e eles eventualmente acabaram saindo fora do ar. Mas, antes disso, houve antes mesmo do contato da Gazeta com a gente, contatos por parte da Tribuna, consultando sobre a possibilidade de desenvolver um jornal melhor, enfim até se hospedar na Tropical na época. No final do primeiro trimestre do ano de 96, nós tivemos um contato por parte da Gazeta, Antônio Mendes Camilo, que era superintendente de informática da Gazeta, com quem a gente já tinha tido contato na feira de informática, pelo fato dele ser presidente da Sucusu, na época, e ser um dos organizadores da feira. Então ele pediu que nós nos reuníssemos com eles para discutir a idéia do lançamento do Gazeta On Line. O Gazeta On Line partiu de algumas reuniões que a Tropical Net teve, com a Gazeta, quando se começou a discutir formatos, etc. Sentamos, conversamos, demos algumas dicas para eles. Eles precisavam de alguém para desenvolver o

jornal, coisa que realmente na época nós não tínhamos grande experiência na parte de projetos de desenvolvimento para sites. Nós também estávamos iniciando. Fazíamos sites institucionais sim, de porte pequeno, coisas que estavam mais ao nosso alcance, enquanto estávamos formando uma equipe, que ainda não existiam profissionais no mercado com conhecimento da linguagem que era o html. Então a gente estava, aos poucos, angariando pessoas que iam aparecendo no mercado com esses conhecimentos. Na época então, nós recomendamos o professor Carlos Alberto Ceotto que eventualmente veio a se tornar também sócio da Tropical Net, por ser um dos primeiros no estado a ter um bom conhecimento de html, para ajudá-los no desenvolvimento de um esboço do que seria o site do jornal. Ele fez realmente junto a Gazeta, e em cima deste projeto a Gazeta fez um contato com uma empresa web, se eu não me engano, de Minas Gerais, que veio a terminar o serviço reformulando parte da navegação do site e mexendo no visual, que era aparentemente a especialidade deles também.

A Gazeta negociou com a Tropical, a hospedagem do Gazeta On Line dentro dos servidores da Tropical Net, onde eles ficaram por um período de aproximadamente 1 ano, pelo que me lembro. Nós fazíamos toda parte de atualização da Gazeta, fazíamos todo desenvolvimento do jornal diário para Internet do conteúdo. Passavam para gente, a gente fazia a preparação e colocava no ar. Eventualmente esse processo foi se automatizando, nós também em nossos servidores abrimos amplamente, colocamos um servidor exclusivo a disposição da Gazeta e aí eles passaram, por FTP, a fazer a própria atualização, e se tornou uma coisa meio automatizada.

A Gazeta entrou no ar em maio, junho de 96. Em algum momento, em torno de agosto de 96, pelo que me lembro, a Gazeta começou a fazer alguns contatos bem informais, a princípio cogitando a possibilidade de uma compra de parte da Tropical, talvez de toda, ou de um auxílio da Tropical, de uma consultoria para ajudá-los a entrarem com acesso na parte de provimento de acesso realmente, e isso foi realmente uma coisa informal, porque a Gazeta ainda não havia, na época, definido qual seria a estratégia, pelo que eu entendo, da empresa para com a Internet futura. Porque era uma coisa nova, e era uma empresa de mídia líder no mercado, eles ainda precisavam considerar o que fazer com a Internet, mas ainda não sabiam exatamente, estavam explorando para sentir quais eram as possibilidades.

Conversamos algumas vezes, chegamos até a fazer reuniões formais com o Café, um dos diretores da Gazeta, na época, hoje o diretor geral executivo "chefão" da Gazeta, e começamos a discutir como poderíamos trabalhar, se existia a possibilidade de entrada da Gazeta como sócia, valores, o quê que um poderia agregar ao outro como empresa, etc. e essas conversas duraram mais ou menos uns 2, 3 meses.

Nesse meio tempo também tivemos um contato por parte da Escelsa, que demonstrou interesse em também entrar nisso, foi com o Calvi da Escelsa, também superintendente, gerente, ou algo assim, da área de informática, nessa área de Internet, de provimento. Fizemos contato com a gente, nós fomos na reunião na Escelsa, abrimos alguns números para eles, como funcionava, discutimos várias coisas. E com eles também discutimos umas 2 ou 3 vezes, num período de uns 2 meses, a possibilidade de uma associação, a formação de uma nova empresa ou algo do tipo, ou até mesmo a venda de 100% da Tropical para eles. Eventualmente nenhuma dessas duas negociações, nem com a Gazeta nem com a Escelsa progrediu, principalmente pelo fato de que ambas essas empresas, achavam que tinham capacidade, na época, de ter um projeto de provedor por si próprios, sem a

necessidade de se juntar a uma outra empresa, e foi o que ambas fizeram. A Gazeta, na realidade, comprou uma empresa de nome Manchester Informática que era a franqueada da Nutecnet no estado, a qual, por informações ou rumores que existiam no mercado na época, a gente soube que eles não estavam indo muito bem, e porque realmente a Tropical tinha entrado pesado no mercado, com uma infra-estrutura muito boa, uma credibilidade, já tinha um nome forte formado boca a boca, exatamente por causa dos usuários que a gente tinha, os clientes que vários deles haviam se tornado amigos e aos quais a gente prestava um serviço muito pessoal. Então isso ajudou para que nós disparássemos realmente na frente da concorrência. Existiam uns 10, 12 provedores, alguns muito pequenos realmente e a Manchester até onde a gente soube, não estava indo muito bem, não tinha um número grande de assinantes. Disponível em: <<http://taru.art.br/enciclopedia/internet/demetriusvazeos/index.html>>. Acesso em: 09/09/2013.

### **Depoimento 3**

Gazeta On Line: o nascimento do portal do maior grupo de comunicação do Espírito Santo, Depoimento registrado por Gilberto Medeiros, em abril de 2006 e incluído no projeto "História da Internet no ES".

*Quando começou sua participação no Gazeta On Line?*

Atuei muitos anos na redação do Jornal A Gazeta e trabalhei na editoria de Cidades – na época era Geral – depois Economia e finalmente Política. Quando era repórter de Política começou a se discutir na empresa a necessidade de A Gazeta ter uma versão eletrônica – esse era o termo que se usava na época, estamos falando dos idos de junho, julho de 95, 1995. Havia já um movimento mundial no sentido de que a Internet seria uma mídia interessante; grandes jornais já com suas edições on line.

O Brasil também começou a se movimentar, o Jornal do Brasil foi a primeira experiência. Isso despertou nos demais veículos de comunicação a necessidade de partir pra essa mídia. E todos apostando muito que isso seria a mídia do futuro, revolucionaria o modo de fazer jornal e etc. Havia muita esperança, muita expectativa, muita ansiedade.

E a Gazeta, como o maior meio de comunicação do Estado à época, ela tinha que também partir pra isso. E com um – digamos assim – agravante: a concorrente, embora o jornal A Tribuna à época fosse disparado o segundo lugar, em termos de tiragem e circulação, partiu na frente e fez a sua versão on line, embora com muitas dificuldades e deficiências, mas tomou a iniciativa e isso apressou internamente na Gazeta a decisão de estruturar o projeto que viria a ser chamado GazetaOnLine. Então fui convidado como profissional de conteúdo. Eu e uma estagiária de informática, a Cínthia Zanotelli, passamos a compor a equipe do Gazeta On Line. Já estamos falando aí de setembro de 1995.

A gente então começou a simular o que seria mais tarde o Gazeta On Line. O que era essa simulação? A gente tinha acesso ao material do jornal A Gazeta, disponibilizado pelos jornalistas para o processo de edição. Nós pegávamos algumas dessas matérias e eu fazia o trabalho de revisão. E a Cínthia, essa estagiária de informática começou a brincar... a fazer alguns filtros para tirar esses comandos que atrapalhavam, embaralhavam e não permitiam uma visibilidade eficiente no browser. Então tinha comandos de negrito, de itálico, parágrafos e etc. E por isso quebramos muito a cabeça, a Cínthia principalmente, e eu, procurando o melhor formato de como trabalhar a matéria.

Eu pegava aquelas três linhas de vinte toques que um colega jornalista, um editor quebrou tanto a cabeça pra fazer e simplesmente transformava numa linha só!

Isso consumiu muito tempo, essa simulação, do final de 95 ao início de 96. Resolvemos contratar uma empresa de webdesign de Belo Horizonte, Por entender que aqui no Espírito Santo não tinha gente ainda treinada e focada pra esse tipo de atividade e a empresa contratada já tinha feito experiências para o Estado de Minas. Nossa versão eletrônica foi feita pela Ex Nihil e ficou uma proposta gráfica bonita e inovadora. Ela foi aprovada e já foi um conceito legal à época, mudou o conceito de idas e vindas. Quase tudo foi resolvido por e-mail... Nisso a equipe começou a crescer, com colegas de jornalismo e informática. Vieram trabalhar comigo o André Passamani, o Roberto Teixeira, o Gustavo Tenório. E depois foi crescendo, só que os primeiros, que me ajudaram muito, foram o André Passamani e o Ricardo Teixeira. E na área de informática fomos incorporando estagiários, como... gosto de citar nomes por que essas pessoas me ajudaram muito no início do processo... a Ívina Baldro, o Bernardo, a Veruska... a gente compôs uma equipe que trabalhava pelas madrugadas na redação...

*Isso ainda em 1996?*

Em 96, por que por uma cobrança da diretoria de empresa a gente tinha um excesso de zelo, algumas dificuldades e isso empurrava o orçamento. Até porque a gente, por uma opção editorial e até por uma questão operacional, decidiu não colocar todas as matérias de todas as editorias. A opção foi por não colocar Polícia, por que a gente achava que não era o perfil da Internet. Coisas assim, depois mais tarde a gente viu que não tinha nada a ver. A gente tinha de colocar tudo o que o jornal não tinha espaço para dar. Nesse começo o Gazeta On Line era basicamente transpositivo? Era. A gente pegava algumas matérias de Esporte, Economia, Cidades, Caderno Dois e Política. A gente tirava Polícia e Internacional – por que partia do princípio que outros jornais (na Internet) publicariam. A galera chegava por volta de... tinha uma escala, eu chegava mais cedo, mas o trabalho era mesmo noturno, “madrugativo”.

*Qual a data do primeiro upload do Gazeta On Line?*

Marcamos a data de 23 de maio de 1996 e entramos com o Gazeta On Line nesse dia e de lá pra cá só cresceu. Incorporamos mais matérias e como tinha pessoas como o Renato Costa Neto, viciado em futebol que se dispôs a fazer uma página sobre o campeonato brasileiro... o Renato é um grande talento descoberto pela Gazeta On Line... então passamos a incorporar o conceito de últimas notícias. Tínhamos a CBN dentro de casa, então botamos Roberto Teixeira pra entrar mais cedo e ele passou a fazer o trabalho de últimas notícias. Publicávamos seis, sete, nove matérias ao longo do dia. Isso já foi um salto.

*E quando você saiu?*

Saí em 2003. Era algo já esperado, quer dizer, a convergência das redações de internet e rádio era inexorável. E éramos dois gerentes, eu e a Luciane Ventura, ótima profissional, estudamos juntos... e seria mais fácil pra ela assimilar o processo de produção para internet... não me queixo de minha saída, foi tudo conduzido de maneira

muito respeitosa. E eu queria alçar outros vôos e os alcei. Foi o melhor para o Gazeta On Line e para os internautas capixabas. Disponível em: <[ww.taru.art.br](http://ww.taru.art.br)>. Acesso em 09/09/2013.