

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO

LUÍS MARCELO MIRANDA

**INTERAÇÕES E NOVAS PRÁTICAS SOCIAIS: UM ESTUDO
MULTIETNOGRÁFICO NOS ESPAÇOS PÚBLICOS DE
ACESSO PAGO À INTERNET EM NOVO HAMBURGO**

São Leopoldo

2010

LUÍS MARCELO MIRANDA

**INTERAÇÕES E NOVAS PRÁTICAS SOCIAIS: UM ESTUDO
MULTIETNOGRÁFICO NOS ESPAÇOS PÚBLICOS DE
ACESSO PAGO À INTERNET EM NOVO HAMBURGO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Professor Orientador: Fabrício da Silveira

São Leopoldo

2010

FICHA DE APROVAÇÃO

INTERAÇÕES E NOVAS PRÁTICAS SOCIAIS: UM ESTUDO MULTIETNOGRÁFICO NOS ESPAÇOS PÚBLICOS DE ACESSO PAGO À INTERNET EM NOVO HAMBURGO

por

LUÍS MARCELO MIRANDA

Dissertação de Mestrado apresentado à Banca Examinadora, como requisito para o Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Banca Examinadora

Professor Orientador
Prof. Fabrício da Silveira

Professor Membro
Prof.

Professor Membro
Prof.

São Leopoldo

2010

Dedico este trabalho à minha família: minha esposa Tânia e meus filhos Gabriel, Gustavo e Bruno, pela compreensão e apoio.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, inteligência suprema e causa primária de todas as coisas.

A Jesus, irmão, modelo e exemplo.

Aos docentes da Pós-Graduação em Comunicação, especialmente ao orientador dessa pesquisa.

"Amai-vos, este o primeiro ensinamento; instruí-vos, este o segundo. No Cristianismo encontram-se todas as verdades; são de origem humana os erros que nele se enraizaram.

Crede, amai, meditai sobre as coisas que vos são reveladas; não mistureis o joio com a boa semente, as utopias com as verdades.

Tomai, pois, por divisa estas duas palavras: devotamento e abnegação, e sereis fortes, porque elas resumem todos os deveres que a caridade e a humildade vos impõe. O sentimento do dever cumprido vos dará repouso ao espírito e resignação."

[Harvre, 1863]

RESUMO

Na atual fase da sociedade da informação, o espaço urbano e as formas comunicacionais passam por transformações importantes. As formas de conceber o espaço são conseqüências dos ambientes de rede, a Internet. Esta pesquisa aborda as interações e novas práticas sociais nos espaços públicos de acesso pago à Internet na zona central de Novo Hamburgo. Para isso, nasce a multietnografia, método que agrega a etnografia, fotoetnografia e netnografia simultaneamente. No campo, cafés (com wi-fi), cibercafés e lan houses, são observadas, relatadas e debatidas algumas das particularidades desses ambientes, que podem ser vistos como agregações ao ciberespaço. São mostrados exemplos concretos a partir de fotografias nos locais e anotações urbanas, descrevendo a realidade *online* e *offline* de espaços que servem de elo entre o físico e o virtual. São ambientes onde acontecem sociabilidades contemporâneas, emergência de novas formas de socialização, novos estilos de vida e novas formas de organização social.

Palavras-chave: Interações. Práticas sociais. Multietnografia. Espaços de acesso pago à Internet.

ABSTRACT

In the current phase of the information society, the urban space and how communication goes through major changes. The ways of designing the space are consequences of network environments, the Internet. This search discusses the interaction and new social habits in public spaces with paid access to the Internet downtown in Novo Hamburgo. For this, raises the multiethnography, a method that combines ethnography, photoethnography, and netnography simultaneously. In the countryside, cafes (with wi-fi), cybercafés, and lan houses are observed, reported and discussed some of the characteristics of those places, which can be viewed as aggregations to cyberspace. Concrete examples are shown from photographs on the places, and urban notes describing the reality of online and offline spaces that serve as the link between physical and virtual. They are places where contemporary sociability happen, emerging from new forms of socialization, new lifestyles and new forms of social organization.

Key-words: Interaction. Social practices. Multiethnography. Places with paid access to the Internet.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Apresentação dos espaços públicos de acesso pago à Internet	19
Figura 2: Computador divide espaço com televisor	30
Figura 3: Situacionalidades possíveis – dois dispositivos comunicacionais	31
Figura 4: Espaços para bate-papo online e <i>offline</i>	36
Figura 5: Comunicações interativas – usuário e localidades reais.....	41
Figura 6: Negócios lucrativos nas agregações ao ciberespaço.....	44
Figura 7: Espaços possibilitam várias interações	48
Figura 8: Motivações variadas na busca do virtual	50
Figura 9: Cenário com dispositivos móveis no shopping Center	58
Figura 10: Cotidiano da contemporaneidade – sociabilidade, socialidade, tribalismo.....	67
Figura 11: A importância da fotografia na multietnografia.....	73
Figura 12: A observação-participante.....	85
Figura 13: Entrevista no campo – pesquisador insider	88
Figura 14: O etnógrafo deixa-se afetar.....	92
Figura 15: Trabalho fotoetnográfico enriquece o texto.....	96
Figura 16: A preparação para a netnografia	102
Figura 17: Vínculos com fontes nos espaços pesquisados	106
Figura 18: O pesquisador e fonte no campo – vínculos para busca da informação	112
Figura 19: Perfil e o crescimento do uso dos espaços pagos de acesso à Internet	116
Figura 20: Novos cenários de entretenimento e novas práticas sociais	118
Figura 21: Mapa mostra zoneamento dos locais pesquisados	121
Figura 22: Espaço do Café Paris em 2008	134
Figura 23: Antigos cafés da França inspiraram decoração do Café Paris	136

Figura 24: Espaço do Café Eh Fróid's em 2008	138
Figura 25: Wi-fi no Café Mule & Bule, no shoppig, em 2008.....	140
Figura 26: Real Videolocadora e Lan House no Calçadão Oswaldo Cruz.....	142
Figura 27: Lan House no calçadão – parte do público é casual.....	143
Figura 28: Os oito computadores dividem o ambiente com os cartazes de filmes..	144
Figura 29: Entrada na galeria com mesinha	145
Figura 30: Público variado chega ao local.....	145
Figura 31: Térreo: atendimento, pagamento.....	145
Figura 32: Escadaria para o segundo piso	145
Figura 33: Pintura e conexão com o mundo	145
Figura 34: Aumento de 3 para 14 máquinas.....	145
Figura 35: Conveniência, café, Internet.....	147
Figura 36: Local tem mesinhas na calçada	147
Figura 37: Vários computadores usados	148
Figura 38: Lanches, salgadinhos e bebidas	148
Figura 39: Tevê, música e conexão.....	148
Figura 40: Sete computadores à disposição.....	148
Figura 41: Narrativa fotográfica 1.....	153
Figura 42: Narrativa fotográfica 2.....	153
Figura 43: Narrativa fotográfica 3.....	153
Figura 44: Narrativa fotográfica 4.....	153
Figura 45: Narrativa fotográfica 5.....	154

Figura 46: Narrativa fotográfica 6.....	154
Figura 47: Narrativa fotográfica 7.....	154
Figura 48: Narrativa fotográfica 8.....	154
Figura 49: Narrativa fotográfica 9.....	154
Figura 50: Narrativa fotográfica 10.....	154
Figura 51: Pesquisa “invisível” no Orkut.....	156
Figura 52: Pesquisas online e offline mostram representações diferentes.....	158
Figura 53: Espaço pago possibilita uma forma de inclusão digital para quem não tem computador em casa.....	161
Figura 54: Localização geográfica mostra perfis de público diferentes em Novo Hamburgo.....	165
Figura 55: Interações e laços sociais online e offline no Espaço 10 Lan House.....	167
Figura 56: Terceiros lugares, aproximando conceitos de Oldenburg e Frago (2008): ambientes sociais <i>online</i> e <i>offline</i>	172
Figura 57: Territórios informacionais – elo entre o físico e o virtual.....	176
Figura 58: Laços sociais <i>online</i> e <i>offline</i> no centro público de acesso pago.....	182
Figura 59: Espaço pago de acesso à rede possibilita laços afetivos.....	184
Figura 60: Interações sexualmente mediadas.....	188
Figura 60: Elo de interações 1.....	191
Figura 61: Elo de interações 2.....	192
Figura 62: Elo de interações 3.....	192
Figura 63: Elo de interações 4.....	193
Figura 64: Elo de interações 5.....	194
Figura 65: Elo de interações 6.....	195
Figura 66: Elo de interações 7.....	195
Figura 67: A conclusão da exposição de fotografias.....	198

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 PROBLEMATIZANDO O COTIDIANO NA CIBERCULTURA	28
2.1 PRINCÍPIOS DA CIBERCULTURA.....	32
2.2 INTERNET E NOVAS PRÁTICAS SOCIAIS	35
2.3 ENTRANDO NO CIBERESPAÇO.....	39
2.3.1 Agregações ao Ciberespaço	44
2.4 AS INTERAÇÕES	46
2.4.1 Interações Face a Face, Mediada e Quase Mediada	47
2.4.2 Interação Mediada por Computador	50
2.4.3 Mobilidade Urbana: Novas Tecnologias Sem Fio	55
2.5 SOCIABILIDADE, SOCIAÇÃO E ESTAR JUNTO	59
2.5.1 Transformação da Sociabilidade, Comunidades e Redes	63
2.5.2 Tribalismo e Socialidade	66
3 A MULTIETNOGRAFIA	72
3.1 A ETNOGRAFIA	73
3.1.1 História do Trabalho Etnográfico	77
3.1.2 O Trabalho de Campo	83
3.1.3 Entrevista e Observação Participante	91
3.2 FOTOETNOGRAFIA	95
3.3 A NETNOGRAFIA.....	100
3.4 A CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA	104
3.5 NASCE O MÉTODO MULTIETNOGRÁFICO	110

4 ESPAÇOS PÚBLICOS DE ACESSO PAGO À INTERNET	115
4.1 NOVOS CENÁRIOS DE ENTRETENIMENTO	118
4.2 SURGEM OS CIBERCAFÉS	122
4.3 PRIMEIROS CIBERCAFÉS EM NOVO HAMBURGO	125
4.4 LAN HOUSE E CIBERCAFÉ. DIFERENÇAS E APROXIMAÇÕES.....	131
4.5 CHEGANDO AO CAMPO DE PESQUISA	134
4.5.1 Café Paris	134
4.5.2 Cibercafé e <i>Lan House</i> Eh Fróid's.....	138
4.5.3 Café Mule & Bule	140
4.5.4 Real Videolocadora e <i>Lan House</i>	142
4.5.5 Espaço 10 <i>Lan House</i> e Café	145
4.5.6 Manéh Café.....	147
5 NO ELO ENTRE O FÍSICO E O VIRTUAL	150
5.1 ATORES SOCIAIS, MOTIVAÇÕES VARIADAS E CONEXÕES.....	151
5.2 MISTURAS INEXTRICÁVEIS E ESPAÇOS INTERSTICIAIS	159
5.3 REDES E CENÁRIOS NA CIDADE INFORMACIONAL.....	163
5.4 TERCEIROS LUGARES E FORMAS DE ESTAR JUNTO	168
5.5 TERRITÓRIOS INFORMACIONAIS	174
5.6 NÃO-LUGARES E POSSÍVEIS IDENTIDADES	177
5.7 LAÇOS SOCIAIS ONLINE E OFFLINE	180
5.7.1 Relações e Possibilidades de Laços Afetivos	183
5.8 INTERAÇÕES SEXUALMENTE MEDIADAS	187
5.9 ELO DE INTERAÇÕES	190
6 CONCLUSÃO	197
REFERÊNCIAS	208

1 INTRODUÇÃO

As relações sociais passam por uma grande mutação cultural e civilizacional. Na atual fase da sociedade da informação, o espaço urbano vivencia transformações importantes. Dando ênfase aos novos processos comunicacionais, em jogo com a cibercultura, esta pesquisa está focada no comportamento social em espaços públicos de acesso pago à Internet na zona central de Novo Hamburgo. Aliadas às tecnologias e sistemas móveis (como *wi-fi*) e ambientes para acessos ao ciberespaço (cafés, cibercafés, *lan houses*), as práticas sociais emergentes das mídias de função pós-massiva, criam novos processos de controle informacional do espaço. A intenção é estudar e debater algumas das particularidades das interações dadas nesses ambientes.

A transformação do urbano pelos artefatos e processos sócio-técnicos já não é novidade, mas a importância está em descobrir particularidades dessas mudanças, explicita Lemos (2007a). Por isso, o caminho a ser pesquisado tem como objeto condutor o comportamento social associado à Internet. O campo de busca de informações são os espaços públicos que disponibilizam acesso pago à rede. A prática social se apropriou da Internet em toda a sua diversidade, como enfatiza Castells (2003, p. 99). No entanto, acrescenta o autor, essa apropriação tem efeitos específicos sobre a própria prática social. É o que será buscado nas observações das interações *online* e *offline*. O físico e o virtual se influenciam um ao outro e nos levam a uma nova noção de espaço, garante Cardoso (1998, p. 116). Essas são as bases, segundo ele, para a emergência de novas formas de socialização, novos estilos de vida e novas formas de organização social.

Vivemos já a cibercultura: celulares, palms, televisão por satélite, Internet de banda larga e wireless, cartões inteligentes, etc., já poluem o imaginário das pessoas deste “novo lugar”. São necessidades criadas pelo mercado e adotadas como indispensáveis pela população. Surgem questões como exclusão e inclusão digital, cibercidadania, ciberdemocracia. Uma nova problematização dos espaços de lugar nas cidades contemporâneas surge quando a cibercultura instaura um espaço de fluxos planetário de informações binárias. As práticas

comunicacionais da cibercultura são inúmeras e algumas inéditas. Entre muitas, podemos citar os e-mails, que revolucionaram a prática das correspondências para lazer ou trabalho, ou chats onde a conversação acontece sem oralidade ou presença física. Novas formas de relacionamento social surgem com novas ferramentas de comunicação e Lemos (2003, p. 19) cita as *lan houses* e cibercafés como exemplos. É o surgimento de novas relações mediatas, mas, complementa o autor, que não se trata de substituição de formas estabelecidas de relação social. A questão da cidade é crucial para a cibercultura. E as novas tecnologias no espaço urbano devem ser repensadas. Esta pesquisa pretende buscar algumas das interações e novas práticas sociais nos cafés, cibercafés e *lan houses* hamburgueses, transitando entre o mundo real e o virtual nesses ambientes.

O primeiro capítulo apresenta o tema cibercultura e problematiza a proposta de pesquisa com vários autores. Por cibercultura compreende-se as relações entre as tecnologias informacionais de comunicação e informação e a cultura, emergentes a partir da convergência informática/telecomunicações na década de 1970. Trata-se de uma nova relação entre as tecnologias e a sociabilidade, configurando a cultura contemporânea (LEMOS, 2002). Os princípios da cibercultura são apresentados com embasamento em Pierre Lévy (2001). Em jogo com o tema, são buscados vários autores para problematizar o estudo em questão. No entanto, nesse primeiro capítulo, já são mostradas constatações práticas colhidas no campo.

Abre-se uma discussão teórica sobre o comportamento social associado ao uso da Internet nos ambientes delimitados, buscando-se o olhar de Fragozo (2008) sobre as relações entre território e identidade a partir do Orkut. A autora constata a intenção de estabelecer laços sociais possíveis de estender à vida *offline*. Surgem, então, situacionalidades públicas possíveis, vínculos e interações, conforme Silveira (2006), onde o computador divide o espaço com o televisor, dentro do mesmo ambiente. Os dois dispositivos convivem sem colisão. E Lemos e Palácios (2001) acrescenta as diversas manifestações contemporâneas da cibercultura e afirma que as novas tecnologias vão agir

como vetores ao invés de inibir as situações lúdicas, comunitárias e imaginárias da vida social. E já começam a ser mostradas as primeiras constatações da pesquisa apontando o *online* e o *offline* dividindo o mesmo espaço físico. Surgem os sites de relacionamentos como responsáveis por grande parte da motivação da conexão nos ambientes de acesso pago à Internet na zona central hamburguense.

A discussão começa a se alastrar e ingressa na Galáxia da Internet, de que fala Castells (2003), e como consequência chega às novas práticas sociais. O autor garante que a Internet é o tecido de nossas vidas e passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede. Entra no debate Recuero (2009a), afirmando que a Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade e que, entre as mais significativas, está a possibilidade de expressão e sociabilização por meio de ferramentas de conexão mediada pelo computador. E Lemos (2003) antecipa que estamos vivenciando novas relações sociais eletrônicas e as práticas comunicacionais pessoais.

Na sequência, teoria e prática entram no ciberespaço. Lévy (2001) enfatiza que a extensão do ciberespaço acompanha e acelera uma virtualização geral da economia e da sociedade. O autor segue argumentando sobre a realidade virtual. Chega Santaella (2002) afirmando que neste ciberespaço a comunicação é interativa, ela usa o código digital universal, ela é convergente, global e planetária. No momento em que estão nos cafés, cibercafés e *lan houses*, as pessoas geralmente estão no ciberespaço. Mas o *offline* não fica esquecido, muito menos deixa de existir. Esta constatação é amparada por Fragoso (2003), quando diz que o ciberespaço está ancorado no usuário e em localidades reais. Um verdadeiro movimento social é responsável pela emergência do ciberespaço. Começam a ser delineadas nesse primeiro capítulo as possibilidades abertas pelas tecnologias telemáticas e que fazem das *lan houses* e cibercafés agregações ao ciberespaço e negócios lucrativos com velocidades de crescimento.

O debate seque na observação e teorização das interações. Interação ou interatividade? O capítulo enfatiza a discussão, já que o tema também é matéria-prima da pesquisa. O termo interação transmuta-se em interatividade no campo da informática, diz Silva (2000, p. 93), mas é vastíssimo e não parece possível conferir a ele especificidades. Primo (2008, p. 12) afirma que a interatividade seria um termo da moda, adoção acrítica usada nas discussões sobre cibercultura, circula por toda a parte como um argumento de venda e é uma questão que se mostra problemática. Segundo ele, existe interação entre corpos, genes, forças, engrenagens. Sepé (2006, p. 10) entra na reflexão sobre os dois termos. A autora entende a interação como um processo pluri-relacional, mediado pelo computador (nível micro), via jogo (grande mediador), onde se inter cruzariam interações mútuas e reativas.

Fragoso (2001) também não fica de fora dessa busca teórica e deixa clara sua posição sobre os dois termos. Conforme ela, a palavra interatividade nasceu no contexto das interações entre usuários e computadores. Para ela, interatividade é uma atribuição da interface, ou seja, do produto midiático, e só é razoável falar em interatividade em relação à interação receptor-produto. Outras definições de interatividade partem de sua vinculação a tecnologias específicas, reconhecidamente as de base digital. Do primeiro ao último capítulo surgem observações que vão desencadear em um elo de interações. Toma-se por base Thompson (1998), quando trata de três tipos de situação interativa criados pelo uso dos meios de comunicação: interação face a face, interação mediada e interação quase mediada. Essas serão amplamente explicadas mais adiante. Assim como a interação mediada por computar, tendo por base Primo (2008). Algumas das particularidades vivenciadas pelos interagentes nessa interação mostram mudanças no comportamento social. A interação mediada por computador é encontrada em todos os ambientes pesquisados neste estudo.

A mobilidade começa a provocar novas práticas sociais, que são visualizadas na busca de informações nos ambientes pesquisados. A prática junta-se à teoria com Pellanda (2006), quando trata sobre as novas formas de interações potencializadas pela mobilidade da informação. Redes sem fio *wi-fi*

fazem com que a Internet ganhe movimento e maior possibilidade de imersão no ciberespaço. Diante disso, a discussão segue o rumo da sociabilidade, socialização e estar junto. A base é buscada em Simmel (2006) e jogada na contemporaneidade dos espaços públicos de acesso pago à Internet. Segundo o autor, a sociedade parte da interação entre os indivíduos e comporta uma distinção entre forma e conteúdo. O que também vai ser visto no primeiro capítulo.

Isso faz com que Castells (2003) volte à tona da discussão. Para ele, a especificidade da evolução social em nossas sociedades ocorre com a crescente diversidade dos padrões de sociabilidade. O decisivo é a passagem da limitação espacial como fonte de sociabilidade para a comunidade espacial como expressão da organização social. Maffesoli (1998) também contribui com o debate e mostra os pontos essenciais da socialidade. São marcas contemporâneas, como tribalismo, presenteísmo, vitalismo e formismo. Todos estes conceitos podem ser aplicados para que se possa descrever a relação entre as novas tecnologias e a sociedade atual e vão pontuar todos os campos da cultura contemporânea, não só a cibercultura, com suas comunidades virtuais. Arrebata Lemos (2002) quando afirma que “a cibercultura, pela socialidade que nela atua, parece, antes de isolar indivíduos terminais, colocar a tecnologia digital contemporânea como um instrumento de novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos e comunitários” (LEMOS, 2002, p. 95).

Após a problematização do cotidiano na cibercultura, juntando prática e teoria, o segundo capítulo especifica a metodologia. Era preciso, então, compor o método, dando-lhe maior complexidade e tornando-o mais adequado ao próprio objeto de estudo. A escolha inicial, após a busca de alguns fundamentos teóricos e exemplos no mundo da comunicação, foi a etnografia. Diante da forma como o estudo estava sendo feito, a etnografia foi tornando-se mais e mais adequada e necessária ao andamento da pesquisa.

No entanto, ao chegar no campo, começaram a ser feitos registros fotográficos. Esses passaram a ter uma importância para explicitar o que

pretendia ser mostrado. Houve necessidade de buscar suporte teórico na fotoetnografia. A história mostra muitas conexões entre a fotografia e a etnografia. Investigar as pessoas em interações mediadas por computador, nos cafés, cibercafés e *lan houses*, levava também a observar o ciberespaço, mas do lado de fora da rede. Para que o círculo investigativo se fechasse, algumas observações passaram também a ser feitas *online*, sem a presença dos atores sociais, já entrevistados ou observados no campo. O conteúdo da netnografia ou etnografia virtual foi necessário para amparar teoricamente a prática realizada. Ao desenvolver uma forma metodológica juntando os três métodos, simultaneamente, de forma sistematizada, nasceu, então, o que decidiu-se chamar de multi-etnografia. Essa é a metodologia de pesquisa que utiliza a etnografia, a fotoetnografia e a netnografia, ou etnografia virtual, simultaneamente. É apropriada, preferencialmente, para pesquisas *online* e *offline*. Uma observação dentro e fora da rede mundial de computadores sobre o mesmo assunto.

O segundo capítulo detalha toda a construção metodológica e como a multi-etnografia é aplicada na prática. A base determinante permanece a etnografia, até porque os outros dois métodos são derivações dela. Há necessidade de critérios. Pelo menos uma vez no decorrer da dissertação que seja usada a narrativa fotográfica de que fala Achutti (1997) sobre a fotoetnografia e a pesquisa *online* específica, “invisível”, de que trata a etnografia virtual. Outro dado importante é a sistematização das fotografias. As fotos podem fazer parte de determinado capítulo ou aparecer em várias situações do texto ao longo da dissertação, desde a introdução. Embasado nessa possibilidade do método multi-etnográfico, apresenta-se aqui a primeira ilustração fotográfica.



Figura 1: Apresentação dos espaços públicos de acesso pago à Internet

Fonte: Pesquisa do autor

A foto acima (Figura 1) representa a introdução da parte ilustrativa da pesquisa, que é determinante no contexto do método. Isso se faz necessário para que seja possível, já a partir dessa introdução, uma primeira leitura simbólica do que o trabalho pretende buscar como resultado. É importante frisar que já no primeiro capítulo surgem ilustrações fotográficas, com base na multietnografia. Para dar mais peso ao princípio de intersecção dos três métodos é preciso a utilização de maior número de fotografias. Mas essas não podem ser jogadas aleatoriamente. As justificativas para as ilustrações são sempre necessárias. No entanto, a supremacia do texto dissertativo é indiscutível. São importantes agregações, não substituições. É exatamente a soma que vai delineando, construindo o novo método. O segundo capítulo vai especificar melhor esta questão, que também poderá ser notada no decorrer de toda a dissertação.

É preciso ainda abordar os autores que tratam dos três métodos. A etnografia é uma subdisciplina da antropologia descritiva que se dedica a compreender crenças, valores, desejos e comportamentos dos sujeitos por meio de uma experiência vivida. A etnografia apresenta a interpretação problemática do autor acerca de algum aspecto da realidade da ação humana (TRAVANCAS, 2008). Estudo descritivo de um ou de vários aspectos sociais ou culturais de um povo ou grupo social. Fase de elaboração de dados obtidos em pesquisa de campo, como parte de estudos antropológicos (FERREIRA, 1999). A observação-participante, pesquisa prolongada, descrição bastante detalhada e entrevistas são opções relatadas no capítulo, buscando sempre uma relação entre a teoria e a prática já realizada.

Será relatada também a história do trabalho etnográfico e a reflexão sobre a diversidade de formas da vida humana e a especulação filosófica até o final do século XIV. Seguindo pelas primeiras expedições às civilizações exóticas nota-se a importância dos missionários e viajantes e os métodos que se tornaram o princípio vertebral do trabalho de campo (GUBER, 2001). O estudo passa pelo desenvolvimento do pesquisador de campo na América e chega à década de 1920, onde Malinowski desempenha um papel central na legitimação do pesquisador de campo. Com ele chega a imagem do novo antropólogo. O profissional podia afirmar ter acesso ao cerne de uma cultura mais rapidamente, entendendo suas instituições e estruturas essenciais (CLIFFORD, 1998). Os aspectos históricos do surgimento do trabalho etnográfico são buscados em vários autores.

As características do trabalho de campo são apresentadas e relacionadas com a forma contemporânea da pesquisa em Novo Hamburgo, considerando as pessoas nos espaços públicos de acesso pago à Internet como os “nativos” a serem observados. O caminho da etnografia segue com as etapas necessárias, como o levantamento bibliográfico, leitura do material coletado, o diário ou caderno de campo, já substituído pelo gravador, até chegar à entrada no campo. A participação do etnógrafo naquilo que investiga produz conhecimento, faz avançar a investigação. Faz surgir um problema fértil, que é o

da relação que o observador-participante estabelece com as pessoas que encontra no campo (CAIAFA, 2007). O capítulo segue com um detalhamento teórico sobre a entrevista e a observação-participante.

A apropriação da fotoetnografia estará embasada também no segundo capítulo. O termo, cunhado por Achutti (1997), propõe uma narrativa fotográfica autônoma do texto escrito. Segundo ele, é um exercício utilizando a fotografia, no sentido de uma narrativa etnográfica, o qual chamou de fotoetnografia. A intenção é dar mais profundidade aos resultados. Um empreendimento etnográfico consiste no esforço de análise e interpretação na busca de delinear a cultura de um determinado grupo social e o pesquisador pode utilizar várias técnicas de pesquisa para enriquecer o estudo. A fotografia entra nessa pesquisa como complemento em algumas situações e como narrativa em outros, de forma importante, para explicitar o objeto de estudo. Diante disso, a opção foi não jogá-las em anexos, mas fazer com que faça parte da narrativa descritiva ou reflexiva.

A observação do objeto acontece em um espaço que serve de elo entre o físico e o virtual. A abordagem será *online* e *offline*. Dessa forma, também será utilizada a netnografia. É preciso analisar por onde andam os pesquisados no ciberespaço. O segundo capítulo também conceitua o termo e discute essa intersecção com os demais métodos. Conforme Vergara (2005, p. 73), a netnografia é a abertura das portas do método etnográfico para o estudo de comunidades virtuais. Os ambientes interacionais da Comunicação Mediada por Computador são caracterizados pela ausência física. Isso possibilita um tornar-se “invisível” e pesquisar a cultura de um grupo sem participar. O processo multietnográfico também se apropria dessa possibilidade do “invisível”, com embasamento na netnografia. Conforme Braga (2007), a interação social na Internet tem um processo recente e parte das estratégias foi adquirida por apropriação e adaptação de regras já estabelecidas, atendendo demandas situacionais, até que se consolide uma cultura da atividade online. Mas Sá (2002) trata sobre netnografias nas redes digitais e diz que a comunicação em rede estrutura a vida social contemporânea. Ela vai mais longe quando afirma

que as chamadas comunidades virtuais são espaços para o convívio com a diversidade e complexidade do comportamento social contemporâneo, ao mesmo tempo que serve de abrigo para o indivíduo que se refugia entre iguais.

O terceiro capítulo é dedicado aos espaços públicos de acesso pago à Internet, delimitados na zona central de Novo Hamburgo aos cafés, cibercafés e *lan houses*. Mostra, primeiramente, um perfil do cenário brasileiro na área e depois segue para os dados hamburguenses. É apresentada a Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil. Essa identifica os centros públicos de acesso pago como o principal local de uso da Internet no País. No Brasil, em 2008, com 48% das menções, os centros públicos de acesso pago ficam à frente dos domicílios, que foram citados por 42% dos respondentes. O estudo, ilustrado com gráficos, é realizado pela Nic.br (NIC.br, 2008), que é uma entidade civil, sem fins lucrativos, criada para implementar as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (CGI.br, 2008), que é responsável por coordenar e integrar as iniciativas de serviços da Internet no País.

A narrativa mostra desde a magia dos antigos cafés, o lugar de encontros, de sociabilidade, até o surgimento dos cibercafés, que é a atualização ou conceito moderno de cafés. São espaços virtuais, interconectados, que geram novas formas de consumo, produção, serviços qualificados e de relações sociais (LEMOS, 2002). É feita uma relação histórica entre o cibercafé e a cidade hamburguesa, local da delimitação. O primeiro cibercafé surge em Londres em 1994 e já em 1996 são inaugurados dois espaços para acesso à rede mundial de computadores em Novo Hamburgo. Nesta pesquisa, cinco espaços são, inicialmente, investigados: Café Paris, Cibercafé e *Lan House* Eh Fróids, Café Mule & Bule, Espaço 10 *Lan House* e Videolocadora, que depois passa a chamar-se Espaço 10 *Lan House* e Café, Real Videolocadora e *Lan House*. No entanto, o Café Paris fechou em dezembro de 2008. A decisão foi manter na dissertação o que até aquele momento havia sido registrado. Em janeiro de 2009, outro espaço começou a ser pesquisado: o Manéh Café. O local já estava sendo observado, informalmente, desde julho de 2008 quando foi inaugurado.

É realizado um mapeamento do local delimitado, chamado de zona central hamburguense. Não é apenas o Centro da cidade, mas agrega também bairros vizinhos, que mantêm uma intersecção. Para uma maior compreensão dos objetos pesquisados são utilizadas fotografias de cada local. Na seqüência de cada figura, há uma descrição minuciosa dos ambientes observados. No capítulo também são colocados todos os passos que foram acontecendo durante a pesquisa. São apresentados os conceitos de cibercafé e de *lan house*. Após, na zona central de Novo Hamburgo, são descritas as novidades dos espaços públicos de acesso à Internet. De posse dos dois conceitos e também de dados coletados são marcadas as diferenças e é feita uma aproximação com a realidade hamburguense. No contexto é realizado um detalhamento histórico do surgimento dos cibercafés no mundo e em Novo Hamburgo. Na seqüência, entra-se no campo de pesquisa. Além da descrição de cada espaço, são apresentadas as particularidades observadas e coletadas nas entrevistas com proprietários, gerentes, funcionários e clientes dos espaços públicos de acesso pago à Internet.

O quarto capítulo dedica-se aos ambientes que servem de elo ente o físico e o virtual. A proposta é tensionar alguns autores, discutir e levantar conceitos que possam ser úteis para a interpretação desses espaços. A narrativa vai da prática, dados colhidos no campo, à teoria e vice-versa. A opção escolhida foi relacionar as observações e entrevistas de casos que representam os muitos outros de mesmo perfil, observados nas buscas de informações. São reflexões e constatações de situações e exemplos sem a intenção de fazer julgamentos.

Bauman (2007) introduz a discussão quando afirma que “sociedade” é vista e tratada como uma “rede” e não como uma “estrutura” (BAUMAN, 2007). Para ele, a sociedade é percebida e encarada como uma matriz de conexões e desconexões aleatórias e de um volume essencialmente infinito de permutações possíveis. Santaella (2007) segue no debate quando trata do espaço diante da explosão do universo digital, que trouxe consigo a emergência do ciberespaço. Esse mesmo espaço e ciberespaço que serão pesquisados nesse estudo. O

capítulo segue a discussão sobre os atores sociais, motivações variadas e conexões. Sempre colocando lado a lado a prática e a teoria. Diferentes motivações de acesso, classes sociais, perfis e idades. No mesmo espaço estavam, por exemplo, um homem com 72 anos e um garoto de 12. Recuero (2009a) retoma o debate para nominar esses atores e conexões. Uma rede social é exatamente o conjunto desses dois elementos. Os atores são pessoas, instituições ou grupos, os nós da rede. E as interações ou laços sociais são as conexões. Segundo a autora, as redes sociais na Internet trouxeram mudanças importantes à sociedade. A partir das conexões desses diversos atores é possível observar os padrões de um grupo social. O que exatamente é feito durante a pesquisa e mostrado, de forma mais acentuada, neste último capítulo.

São mostradas diferentes situações e interações com suas particularidades, inclusive, com narrativa fotográfica. Também são apresentadas informações colhidas *online* e *offline* do mesmo ator social. Dados que mostram, na prática, a aplicação da multietnografia. As redes sociais são mostradas já como parte do cotidiano dos jovens. Exemplos representam uma grande fatia de entrevistados para essa pesquisa e que se encaixam na situação. Quando o assunto são os sites de relacionamentos, como o Orkut, por exemplo, Frago (2008) entra com sua pesquisa sobre a influência dos espaços geográficos sobre as construções identitárias e as interações que acontecem nas redes sociais *online* construindo uma amostra de comunidades do Orkut. Segundo a autora, a fronteira entre as experiências *online* e *offline* é muito mais permeável e tênue do que a nomenclatura dualista (on/off).

Foram observados nessa pesquisa muitos casos semelhantes de pessoas sem computadores e outras com computadores, mas sem Internet, com idades e motivações variadas para estarem naquele determinado ambiente do cenário urbano. Todos estão na cidade informacional de que fala Castells (1999). Acrescenta que é a cidade do espaço de fluxos, na qual uma série de transformações sociais, econômicas e políticas, potencializadas pelas tecnologias de informação e comunicação, têm prenunciado novas formas de interação do cidadão com o espaço urbano. O autor enfatiza que essas redes

expressam a desarticulação das sociedades e culturas baseadas num local físico, transitando assim para uma cultura de rede e para um espaço de fluxo. E nesta nova configuração do espaço urbano as tecnologias de informação são utilizadas fundamentalmente para flexibilizar a noção de espaço dos lugares, através de redes digitais de informação. Dentro dessa cidade informacional de que trata Castells (1999) encontram-se os espaços públicos de acesso pago à Internet.

Ao mostrar algumas das particularidades do elo entre o físico e o virtual, o embasamento é amparado por Recuero (2009a). Para a autora, as formas mais institucionalizadas de conexão entre atores sociais são consideradas laços. Esses são a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Resulta da sedimentação das relações entre os atores. As relações sociais atuam na construção de laços sociais. Já Lévy (2001) mostra essa relação de forças entre o urbano e a cidade. O urbano não é a cidade, mas o virtual da cidade, aquilo que emerge dos processos de industrialização, de racionalização das instituições, dos meios de comunicação de massa, das diversas redes sociais (técnicas, culturais, políticas). Essa mesma cidade, para Johnson (2003), criou interfaces amigáveis milhares de anos antes que alguém sonhasse com computadores digitais. As cidades juntam mentes semelhantes e as colocam em escaninhos conexos. A cidade e suas construções simbólicas levam os habitantes para lugares específicos diante de seus micromotivos, como afirma o autor. Essas motivações, diante das localizações dos cibercafés e lan houses, geraram algumas características diferenciadas que serão mostradas no quarto capítulo.

Observando o comportamento dos atores sociais chega-se à Suely Fragoso (2008) quando propõe que os *games multiplayer online* são os terceiros lugares ideais para as populações ocidentais contemporâneas, essencialmente cosmopolitas. A autora cruza as ideias que Oldenburg (1999) associa aos terceiros lugares e, da mesma forma, aproveita-se os conceitos dos dois autores nos ambientes visitados em Novo Hamburgo. Surgem também os territórios informacionais, de que trata André Lemos (2007b). Na definição do autor,

podemos relacionar os espaços públicos de acesso pago à Internet. São lugares onde se exercem controles do fluxo de informação na ciberurbe marcada pela imbricação dos espaços eletrônicos e físicos, segundo Lemos (2007b).

Na seqüência, é aberta uma discussão sobre a concepção dos não-lugares de que fala Augé (1994). São, segundo ele, espaços de habitantes efêmeros que transitam anônimos sem deixar rastros. O autor inclui os *shoppings*, onde também há um local de pesquisa. Para Augé (1994), se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar. Em seguida são abordados os laços sociais nas interações que fazem elo entre o *online* e o *offline*. Forma-se uma outra teia do lado de fora da Internet nesses espaços públicos. As conexões são o principal foco do estudo das redes sociais, pois são suas variações que alteram as estruturas desses grupos. Recuero (2009a) explora a interação, as relações e os laços sociais como elementos de conexão. A interação, matéria-prima das relações e dos laços sociais, compreende o *alter* e o *ego* como elementos fundamentais. A ação de um depende da reação de outro. Vários exemplos pesquisados personificam as variedades de laços possíveis. A pesquisa com os atores sociais no campo *offline* e *online* percebeu o que relata Recuero (2009a) sobre o assunto e que será explicitado no último capítulo.

Várias são as interações percebidas e que serão relatadas. Entre essas está o que ficou decidido chamar nessa dissertação de interações sexualmente mediadas. Os pontos pesquisados mostraram, desde o início da busca no campo, acessos a sites pornográficos. Situações pela manhã, tarde e noite. A intenção não é julgar, mas relatar tais particularidades porque fazem parte dos espaços pesquisados. Na verdade, todos que cruzam os ambientes de acesso pago estão revelando algo representativo de suas intimidades, personalidades, anseios. Tanto no namoro, na amizade, nos games, falando com familiares distantes, trabalhando, estudando, buscando entretenimento. A Internet possibilita que os laços sejam mantidos à distância.

O capítulo encerra com a descoberta de um elo de interações. Diferentes tipos de interações acontecendo ao mesmo tempo. Interação face a face e interação mediada por computador, mútua e às vezes também reativa, simultaneamente. Ao elo ainda pode ser acrescentada a interação quase mediada. Os exemplos serão mostrados através da narrativa fotográfica, com a agregação do texto explicativo e teórico. Thompson (1998) admite a possibilidade de mistura de diferentes formas de interações no fluxo da vida diária. Da mesma forma, Primo (2008) lembra que os dois tipos interativos, mútua e reativa, não se estabelecem de forma exclusiva, quando esclarece a interação mediada por computador. As constatações dos autores serão pesquisadas nos cibercafés e lan houses hamburguenses.

Os caminhos *online* e *offline* começam a ser trilhados, como segue, na busca do comportamento social associado à Internet nos espaços públicos de acesso pago para conexão à rede mundial de computadores.

2 PROBLEMATIZANDO O COTIDIANO NA CIBERCULTURA

Basta olharmos à nossa volta para constatarmos que as cidades contemporâneas já estão sob o signo do digital. A cibercultura não é futuro. Faz parte do nosso presente. São celulares, *home banking*, cartões inteligentes, *paggers*, *palms*, voto eletrônico, imposto de renda via rede, entre outros. No cotidiano, ela abre novas práticas comunicacionais e novas relações sociais eletrônicas. Vivenciamos novas questões na intersecção entre o lugar e o fluxo informacional. Em Novo Hamburgo não é diferente. A Capital Nacional do Calçado, cidade pioneira em muitos setores, também está se destacando na área digital. Em sua zona central, os cafés (com *wi-fi*), cibercafés e *lan houses* são ambientes de acesso à Internet e também de sociabilidade e socialidade contemporâneas. Esta pesquisa tem como objeto o comportamento social associado à Internet. O campo será exatamente esses espaços públicos de acesso pago à rede mundial de computadores. A intenção é observar, relatar e debater algumas das particularidades das interações dadas nesses ambientes, que podem ser vistos como agregações ao ciberespaço. Este primeiro capítulo estará mais focado no embasamento teórico, mas já com algumas pontuações e registros das práticas encontradas no campo da investigação.

Lévy (2001) afirma que as relações *online* não excluem as emoções e que nem a responsabilidade individual nem a opinião pública e seu julgamento desaparecem no ciberespaço. O autor acrescenta que “é raro que a comunicação por meio de redes de computadores substitua pura e simplesmente os encontros físicos: na maior parte do tempo, é um complemento ou um adicional” (LÉVY, 2001, p. 128). Esta pesquisa busca mostrar as particularidades e interações destes encontros físicos e virtuais em espaços públicos de acesso à Internet. O princípio destes ambientes entra exatamente no complemento adicional de que fala Lévy (2001). As pessoas aproveitam o espaço onde podem se encontrar, comer e beber alguma coisa para também estarem conectadas. O *online* e o *offline* dividem este espaço físico.

Nos ambientes de acesso pago à Internet na zona central hamburguesa, os sites de relacionamentos são responsáveis por grande parte da motivação da conexão. Da mesma forma que neste cotidiano da cibercultura encontra-se o *online*, o *offline* não perde o sentido, muito menos deixa de existir. Recebe componentes facilitadores para a aproximação. Em alguns cafés/cibercafés nota-se que as pessoas que estão ali no espaço físico, arquitetaram o encontro quando conversavam *online*. O interessante é que esse encontro foi programado para um determinado local onde há a possibilidade de também ficarem conectadas. Nota-se claramente um comportamento social associado à Internet. Na mesma rota da constatação dessa pesquisa está Fragoso (2008), quando lança um olhar sobre as relações entre território e identidade a partir do Orkut. A autora constata que

a motivação mais evidente das referências territoriais nos sistemas e ambientes de interação *online* é de ordem absolutamente prática: pergunta-se 'de onde vc' com a intenção de estabelecer laços sociais possíveis de estender à vida *offline* (FRAGOSO, 2008, p. 113).

Esses laços só se tornam possíveis com a aproximação geográfica, com interesses comuns. O que é percebido nos ambientes delimitados neste estudo. Novamente encontra-se suporte teórico em Fragoso (2008), quando acrescenta que "motivações de ordem identitária para a reiteração das vinculações territoriais nos ambientes e sistemas *online* constituem outro aspecto da permeabilidade entre os espaços *online* e *offline*" (FRAGOSO, 2008, p. 113).

Esta pesquisa, conforme já descrito anteriormente, vai apresentando no decorrer do texto algumas imagens dos locais observados. A opção é buscar na fotografia um agregador importante para o entendimento do trabalho. Isso é necessário diante do método escolhido, que é a multietnografia. Essa é a utilização da etnografia, fotoetnografia e da netnografia simultaneamente, como será explicado no próximo capítulo.

No Manéh Café, o computador divide o espaço com o televisor. Os dois dispositivos convivem sem colisão dentro do mesmo ambiente mostrando, situacionalidades públicas possíveis, vínculos e interações (Figura 2).



Figura 2: Computador divide espaço com televisor

Fonte: Pesquisa do autor

Quando nota-se o computador (apenas a máquina ou objeto) nos cenários é possível buscar embasamento em Silveira (2006), quando abre o leque de situacionalidades públicas onde encontramos o televisor. Nos terrenos ou ambientes sociais de que trata o autor pode-se traçar uma relação com os espaços públicos de acesso pago à Internet. Tanto a presença do computador como a do televisor possibilitam vínculos e interações. Também é possível destacar distintas “formas de sociabilidade, fluxos variados e distintas estratégias de engajamento interacional” (SILVEIRA, 2006, p. 4). Tendo como base a fotografia acima é possível fazer a relação. Na leitura dos cenários urbanos, Silveira (2006) diz que “o televisor vincula-se a certas teatralizações

urbanas e à construção de cenários de interação, compondo, como elemento fortemente significativo, o palco da sociabilidade” (SILVEIRA, 2006, p. 9). Da mesma forma encontra-se o computador: vinculado ao cenário de interações e sociabilidades no cotidiano da cibercultura.



Figura 3: Situacionalidades possíveis – dois dispositivos comunicacionais

Fonte: Pesquisa do autor

A garota está conectada à Internet e ao mesmo tempo está se referindo ao programa da tevê. Além disso, é possível lanchar, beber, não dispensando ainda uma interação face a face, em algumas situações. São comportamentos que surgem a partir da associação com a Internet (Figura 3).

Já Lemos (2002) acrescenta que a tecnologia, pensada como destruidora de toda e qualquer singularidade, transforma-se no seu oposto: ela potencializa singularidades ordinárias.

Agora, é na troca ordinária de informações entre pessoas ordinárias que se estrutura a civilização da comunicação (comunhão, agregação). É essa frivolidade ordinária que constitui, de forma indiscutível, a singularidade contemporânea (LEMOS, 2002, p. 13).

Para o autor, mesmo tratando-se de uma cultura abertamente tecnológica, isso não significa que ela seja tecnocrática: também não pressupõe um domínio social.

É ainda importante perceber o que afirma André Lemos (2003) ao relacionar a história neste contexto. Ele diz que não podemos compreender a cibercultura sem uma perspectiva histórica, sem compreendermos os diversos desdobramentos sociais, históricos, econômicos, culturais, cognitivos e ecológicos da relação do homem com a técnica. Na cibercultura, podemos estar aqui e agir à distância, acrescenta Lemos (2003). A forma técnica da cibercultura permite a ampliação das formas de ação e comunicação sobre o mundo. O autor diz que a nova dinâmica técnico-social de cibercultura possibilita, pela primeira vez na história da humanidade, que qualquer indivíduo possa, a priori, emitir e receber informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações (escrita imagética e sonora) para qualquer lugar do planeta (LEMOS, 2003, p. 11).

2.1 PRINCÍPIOS DA CIBERCULTURA

A interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva são os três princípios que orientaram o crescimento inicial do ciberespaço. A interconexão é uma das pulsões mais fortes na origem do ciberespaço. A cibercultura prefere a conexão ao isolamento. Pierre Lévy (2001) enfatiza que a comunicação universal é o horizonte técnico do movimento da cibercultura e o imperativo é que “cada computador do planeta, cada aparelho, cada máquina, do automóvel à torradeira, deve possuir um endereço na Internet” (LÉVY, 2001, p. 127).

O desenvolvimento das comunidades virtuais se apóia na interconexão. Este é o segundo princípio da cibercultura e prolonga o primeiro. Independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais, a construção de uma comunidade virtual acontece, em um processo de cooperação ou troca, sobre as afinidades de conhecimento, de interesses, sobre projetos mútuos (LÉVY, 2001, p. 128). As comunidades virtuais desenvolveram uma forte moral social, uma “netiqueta”, que diz respeito à pertinência das informações. As relações não ocorrem sem conflitos, os membros “incendeiam” quem tenha infringido as regras morais do grupo. As enganações e manipulações são sempre possíveis, assim como em qualquer outro lugar, no telefone, pelo correio, televisão, jornais, ou em qualquer reunião de “carne e osso”. Essas comunidades exploram novas formas de opinião pública. O desenvolvimento do grupo acompanha contatos e interações de todos os tipos.

Para Lévy (2001), a imagem do indivíduo isolado frente à tela é muito mais próxima do fantasma do que da pesquisa sociológica. Acrescenta que uma comunidade virtual é um coletivo mais ou menos permanente que se organiza por meio do novo correio eletrônico mundial e não é irreal, imaginária ou ilusória. Realizam uma verdadeira atualização de contatos efetivos de grupos de humanos que eram apenas potenciais antes do surgimento do ciberespaço. “A expressão ‘comunidade atual’ seria, no fundo, muito mais adequada para descrever os fenômenos de comunicação coletiva no ciberespaço do que comunidade virtual” (LÉVY, 2001, p. 130). A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre *links* territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. O apetite para as comunidades virtuais encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. As comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida diversa e surpreendente do universal por contato (LÉVY, 2001, p. 130). Essas comunidades também motivam o acesso nos espaços públicos de conexão, como será visto mais adiante.

O terceiro princípio da cibercultura é o da inteligência coletiva. Seria, conforme Lévy (2001), sua perspectiva espiritual, sua finalidade última e mais um campo de problemas do que uma solução. Colocar em sinergia os saberes, as imaginações, as energias espirituais dos conectados é o melhor uso do ciberespaço. No entanto, daí surgem várias interrogações. Mas em que perspectiva? De acordo com qual modelo? É um modo de coordenação eficaz na qual cada um pode considerar-se como um centro? Ou não? É um campo aberto de problemas e pesquisas práticas. Não há comunidade virtual sem interconexão, não há inteligência coletiva em grande escala sem virtualização ou desterritorialização das comunidades no ciberespaço. A interconexão condiciona a comunidade virtual, que é uma inteligência coletiva em potencial (LÉVY, 2001, p. 133).

As novas tecnologias vão agir como vetores ao invés de inibir as situações lúdicas, comunitárias e imaginárias da vida social, afirma André Lemos e Marcos Palácios (2001). O que acenava o autor está sendo vivenciado plenamente nesta nova era. Segundo ele, o autor, mesmo que de forma complexa e imprevisível, acontece uma espécie de transformação da apropriação técnica do social (modernidade), para uma apropriação social da técnica. Esta é freqüente no processo tecnológico de uma cultura, pondera Lemos e Palácios (2001), mas que estaria radicalizando-se no limiar deste século XXI, fazendo com que, desta forma, entrássemos na cibercultura. O autor ainda acrescenta que o ciberespaço é, ao mesmo tempo, limite e potência, enquanto forma técnica, das comunidades virtuais (*chats*, *muds* e outras agregações eletrônicas). Será nesta forma técnica que a vida social vai impor seu vitalismo e se reestruturar. Como a expressão cotidiana dessa vida “tecnizada” encontramos as diversas manifestações contemporâneas da cibercultura.

Na cibercultura, agregada de seus princípios, na cidade de Novo Hamburgo, conforme mostra essa pesquisa, apesar da pulsante vida social *online*, a *offline* nunca deixou de existir. Os antigos cafés desempenharam uma função social importante em vários países do mundo e ainda não

desapareceram. No entanto, as novas tecnologias negociam com este social. E assim constatamos o cliente chegando ao local para tomar um cafezinho, mas também aproveitando para entrar no ciberespaço e ficar conectado com o resto do mundo. É o bate-papo contemporâneo. Diante da chegada das novas tecnologias aos cafés acontece o surgimento dos cibercafés.

2.2 INTERNET E NOVAS PRÁTICAS SOCIAIS

Segundo Castells (2003), ingressamos na *Galáxia da Internet*. Nos últimos anos do segundo milênio, o uso da Internet como sistema de comunicação e forma de organização explodiu. Estão sendo estruturadas pela Internet, por todo o planeta, atividades econômicas, sociais, políticas e culturais essenciais. “A Internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global” (CASTELLS, 2003, p. 07). Já para Lemos (2007a),

a Internet é um ambiente midiático onde existem funções massivas (a TV pela *web*, os grandes portais ou máquinas de busca) e pós-massivas (*blogs, wikis, podcasts*). A TV tem funções massiva (TV aberta) e pós-massiva, ou de nicho (como os canais pagos) (LEMOS, 2007a, p. 6).

O autor exemplifica: quando estamos lendo um livro, escutando rádio, vendo tevê, todos sabem o que fazemos naquele momento. Quando alguém está na Internet pode estar fazendo todas estas coisas ao mesmo tempo e ainda mandando e-mail, escrevendo em *blogs*.

Castells (2003) afirma que “a Internet é o tecido de nossas vidas”. Em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação, por todo o domínio da atividade humana, a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico. “A Internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede” (CASTELLS, 2003, p. 07). E

acrescenta que uma rede é um conjunto de nós interconectados. A formação dessas é uma prática muito antiga, mas ganharam vida nova em nosso tempo, transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet (CASTELLS, 2003, p. 07). Já Lévy (2001) enfatiza a questão cooperativa.

Símbolo e principal florão do ciberespaço, a Internet é um dos mais fantásticos exemplos de construção cooperativa internacional, a expressão técnica de um movimento que começou por baixo, constantemente alimentado por uma multiplicidade de iniciativas locais (LÉVY, 2001, p. 126).



Figura 4: Espaços para bate-papo online e *offline*

Fonte: Pesquisa do autor

Espaços que antes eram exclusivos para o bate-papo *offline*, como o Café Paris (2008), na zona central hamburguesa, compartilham o cenário com dispositivos que possibilitam, a partir da Internet, novas práticas sociais e conversações *online* (Figura 4).

Recuero (2009a) afirma que a Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade. Entre as mais significativas, a autora coloca a possibilidade de expressão e sociabilização por meio de ferramentas de conexão mediada pelo computador (RECUERO, 2009b, p. 24). Estamos vivenciando novas relações sociais eletrônicas e as práticas comunicacionais pessoais (*weblogs, webcams, chats, icq, listas*), novas práticas comunicacionais no ciberespaço (*e-mail, jornalismo online*) questões políticas (cibercidadania, ciberativismo, *hackers*), arte eletrônica, transformações culturais e éticas (*softwares livres, privacidade*) e a nova configuração comunicacional da cibercultura (LEMOS, 2003, p. 17). Mesmo concordando com o autor, é preciso acrescentar que essas relações sociais eletrônicas não estão sendo vivenciadas somente de forma isolada, entre o homem e a máquina, dentro de casa, por exemplo. Há situações constatadas nas *lan houses* e cibercafés, onde há compartilhamento face a face. Mas é preciso registrar também que dentro desses mesmos ambientes coletivos de conexão há quem esteja isolado dos demais presentes no mundo físico, interagindo sozinho com a “máquina”. Entre aspas porque essa é a visão constatada, mas na maioria das vezes há sempre alguma forma de sociabilidade *online*.

Lemos (2003) complementa que o imaginário do século XXI, construído no século passado, colocava-nos em meio de robôs e máquinas voadoras com o medo de que máquinas fossem controlar a vida humana e as relações sociais sumissem. Este imaginário e seus problemas estão, em maior ou menor grau, encarnados na cibercultura. Mas, diz o autor, o nosso futuro do presente é mais humano que o futuro do passado, com as utopias do século XX. E aquele mundo dos *Jetsons* ainda não se concretizou. Estamos em um presente caótico e violento. Também preso em estruturas arcaicas, imaginárias e simbólicas de toda a vida em sociedade, encontra-se o ciberespaço. Este é a encarnação tecnológica do velho sonho de criação de um mundo paralelo, de uma memória coletiva, do imaginário, dos mitos e símbolos que perseguem o homem desde os tempos ancestrais.

Já Lévy (2001) diz que como uma nova forma de universal emerge a interconexão generalizada, motor que impulsiona o crescimento da Internet. No entanto, esta nova forma de universal não é o mesmo da escrita estática, porque não totaliza mais pelo sentido, ele conecta pelo contato, pela interação em geral. “O ‘universal por contato’ ainda é um universal, no sentido mais profundo, porque ele é indissociável da ideia de humanidade” (LÉVY, 2001, p. 119). Este autor diz que a cibercultura dá forma a um novo tipo de universal: o universal sem totalidade. O ciberespaço não engendra uma cultura do universal porque de fato está em toda parte, e sim porque sua forma ou sua ideia implicam de direito o conjunto dos seres humanos, complementa Lévy (2001), que também questiona: O que é o universal? É a presença (virtual) da humanidade em si mesma. Quanto à totalidade, podemos defini-la como a conjunção estabilizada do sentido de uma pluralidade (discurso, situação, conjunto de acontecimentos, sistema etc). Essa identidade global pode fechar-se no horizonte de um processo complexo, resultar do desequilíbrio dinâmico da vida, emergir das oscilações e contradições do pensamento. Mas qualquer que seja a complexidade das modalidades, a totalidade ainda permanece no horizonte do mesmo. A cibercultura, por outro lado, mostra precisamente que existe outra forma de instaurar a presença do virtual da humanidade em si mesma (o universal) que não seja por meio da identidade do sentido (a totalidade) (LÉVY, 2001, p. 121).

Nessa discussão, entra novamente Castells (2003) afirmando que “a Galáxia da Internet é um novo ambiente de comunicação. Como a comunicação é a essência da atividade humana, todos os domínios da vida social estão sendo modificados pelos usos disseminados da Internet” (CASTELLS, 2003, p. 225). O autor constata que, embora com uma diversidade de formas, uma nova forma social, a sociedade de rede, está se constituindo em torno do planeta. Esta pesquisa busca mostrar a diversidade desta sociedade quando reunida para acesso à Internet em locais públicos. Castells (2003) ainda coloca que a Internet é de fato uma tecnologia da liberdade – mas pode libertar os poderosos e oprimir os desinformados.

2.3 ENTRANDO NO CIBERESPAÇO

O ciberespaço tem um papel importantíssimo na transformação que o mundo está vivendo atualmente. É uma onda que ultrapassa amplamente a informatização, afirma Pierre Lévy (2001). Não só a informação e a comunicação são afetadas pela virtualização, mas também o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade, o exercício da inteligência, os corpos. “A virtualização atinge mesmo as modalidades do estar junto, a constituição do ‘nós’: comunidades virtuais, empresas virtuais, democracia virtual” (LÉVY, 2001, p. 11). O autor enfatiza que a extensão do ciberespaço acompanha e acelera uma virtualização geral da economia e da sociedade.

No entanto, Lemos (2002) afirma que neste processo simbiótico entre homem e a técnica está imersa a civilização do virtual. Todos os aspectos da cultura contemporânea (educação, economia, política, lazer, etc.) estão influenciados pelas novas tecnologias do virtual, um processo de conversão do mundo em dados binários. “A virtualização da cultura é um processo de requisição digital do mundo, realizado pelas tecnologias do virtual” (LEMOS, 2002, p. 12). Acrescenta o autor que essa requisição traduz o mundo em informações e institui excessos (do social, de tecnologia, excesso virótico de comunicação), dos quais a cultura contemporânea adquire seus contornos. “A virtualização do mundo afeta de forma irreversível a sociedade” (LEMOS, 2002, p. 12).

Lévy (2001) rebate ao enfatizar que há três sentidos dados à palavra virtual, quanto ao seu entendimento: técnico, corrente e filosófico. A confusão entre estes três sentidos suscita o fascínio pela realidade virtual. Antes da concretização efetiva ou formal, encontra-se o virtual. Como exemplo: a árvore está virtualmente no grão. Conforme Lévy (2001), aquilo que existe apenas em potência e não em ato é virtual. Este também é toda entidade “desterritorializada”. O autor acrescenta que, no sentido filosófico, o virtual é obviamente uma dimensão muito importante da realidade. No entanto, diz Lévy (2001), no uso corrente, a palavra virtual é muitas vezes empregada para

significar a irrealidade – enquanto a ‘realidade’ pressupõe uma efetivação material, uma presença tangível. Segundo ele, a expressão “realidade virtual” soa então como um oxímoro, um passe de mágica misterioso. O autor complementa:

Em geral, acredita-se que uma coisa deva ser ou real ou virtual, que não pode possuir as duas qualidades ao mesmo tempo. Contudo, a rigor, em filosofia, o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual: virtualidade e atualidade são apenas dois modos diferentes da realidade. Se a produção da árvore está na essência do grão, então a virtualidade da árvore é bastante real (sem que seja, ainda, atual) (LÉVY, 2001, p. 47).

O virtual, sem estar preso a um lugar ou tempo em particular, pode gerar manifestações concretas em diferentes momentos. Uma palavra é uma entidade virtual. O vocábulo “árvore” está sempre sendo pronunciado em um local ou outro. No entanto, não está em lugar nenhum e não se encontra vinculada particularmente a nenhum momento, a palavra em si, que é pronunciada ou atualizada em certo lugar. O virtual é real e existe sem estar presente, ainda que não possa ser fixado em nenhum espaço-temporal. É uma fonte indefinida de atualizações (LÉVY, 2001, p. 48). Segundo ele, o virtual é uma nova modalidade de ser, cuja compreensão é facilitada se consideramos o processo que leva a ele: a virtualização. A primeira grande “transformação na ecologia das mídias” foi à passagem das culturas orais às escritas. Assim como a invenção da escrita revolucionou a pragmática das comunicações em tempos anteriores; hoje, o ciberespaço também provoca um efeito radical nesse sistema (LÉVY, 2001, p. 113).

Já para Santaella (2002), o ciberespaço não pode ser categorizado a partir do ponto de vista de qualquer mídia prévia, porque é um fenômeno remarcadamente complexo. “Nele, a comunicação é interativa, ela usa o código digital universal, ela é convergente, global, planetária e até hoje não está muito claro como esse espaço poderá vir a ser regulamentado” (SANTAELLA, 2002, p. 53).



Figura 5: Comunicações interativas – usuário e localidades reais

Fonte: Pesquisa do autor

O ciberespaço possibilita comunicações interativas, mas está ancorado no usuário e em localidades reais, como os cibercafés e *lan houses*. Nesses ambientes, as interações transitam entre o *offline* e o *online*, determinando novas práticas sociais (Figura 5).

Há, no entanto, que se colocar os dois pés no chão, quando falamos em ciberespaço. As pessoas, no momento em que estão sendo pesquisadas nesse estudo, geralmente estão no ciberespaço. Mas o *offline* não fica esquecido, muito menos deixa de existir. Esta constatação também é o que afirma Fragozo (2003). Segundo ela, o ciberespaço está ancorado no usuário e em localidades reais. A autora deixa clara essa questão quando diz o seguinte:

Assim, embora em mais de um sentido o ciberespaço não possua as qualidades tangíveis do espaço geográfico, os fluxos de dados encontram-se ancorados em localidades 'reais' cuja heterogeneidade condiciona significativamente não apenas a disponibilidade e o perfil das ferramentas tecnológicas disponíveis, mas também os usos e apropriações realizados com essas mesmas ferramentas. Essa constatação nos recorda que a profusão de unidades informacionais em movimento nas redes e circuitos digitais deriva da agência humana e a ela, em última instância, se dirige. No outro extremo das possíveis escalas de observação, o ciberespaço se ancora justamente no usuário que deflagra os fluxos comunicacionais alimentando, ainda que muitas vezes sem compreendê-lo, os dados em circulação (FRAGOSO, 2003, p. 219).

Em um romance de ficção científica, chamado *Neuromancer*, surgiu a palavra ciberespaço pela primeira vez, inventada por William Gibson, em 1984. O enredo do livro trata de informações secretas protegidas pelos programas ICE, dados que se modificam e são trocados em grande velocidade ao redor do planeta. Para viver todos os tipos de aventuras, alguns heróis podiam entrar "fisicamente" neste espaço. O termo no romance significa o universo das redes digitais, descrito como campo de batalha entre as multinacionais, palco de conflitos mundiais e fronteira econômica e cultural. Os usuários e criadores de redes digitais imediatamente retomaram o termo. Conforme Lévy (1999), existe no mundo uma profusão de correntes literárias, musicais, artísticas e talvez políticas que se diz parte da cibercultura. O autor define ciberespaço como:

Como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos Computadores. Esta definição inclui o conjunto de sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização (LÉVY, 1999, p. 92-93).

Lévy (1999) ainda afirma que "a codificação digital condiciona o caráter plástico, fluído, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumido, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva

do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 93). Esse novo meio tem a vocação de colocar em sinergia e interfacear, segundo o autor, todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação. “A perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade” (LÉVY, 1999, p. 93).

Um verdadeiro movimento social é responsável pela emergência do ciberespaço. A liderança ficou com a juventude metropolitana escolarizada, tendo como palavras de ordem a conexão, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva, conforme Lévy (1999). O *Computers for the People*, movimento social californiano, quis colocar a potência dos computadores nas mãos dos indivíduos. Já no fim dos anos 1970, o preço das máquinas estava ao alcance de pessoas físicas. Estava completamente transformado o sentido social da informática. Não foi nenhum governo ou multinacional poderosa que decidiu ou previu a informática pessoal e sim um movimento social para que indivíduos tivessem acesso a uma potência técnica que havia sido monopolizada por grandes instituições burocráticas, garante o autor. Um movimento de jovens metropolitanos cultos detonou o crescimento da comunicação baseada na informática. Foi construído um espaço de invenção coletiva, de compartilhamento, de encontro. Mesmo o novo planeta informacional tendo como base a Internet, não é somente esta que constitui o ciberespaço, mas também um conjunto formado por mídias clássicas (bibliotecas, museus, jornais, televisão, etc., uma “rede hidrográfica”, desde o menor dos BBS). Não foram dirigentes de grandes companhias, personalidades conhecidas ou chefes do governo que fizeram crescer o ciberespaço. Foram, em sua maioria, anônimos, amadores dedicados a melhorar constantemente as ferramentas de *software* de comunicação. Lévy (1999) cita os primeiros visionários, já na década de 1960, Engelbart e Licklider, que pensavam colocar as redes de computador a serviço da inteligência coletiva, os técnicos que colocaram para funcionar os primeiros correios eletrônicos e os primeiros fóruns, os estudantes que desenvolveram, distribuíram e aperfeiçoaram os programas de comunicação entre computadores, os milhares de usuários e administradores de BBS.

2.3.1 Agregações ao Ciberespaço

Lemos (2002) coloca os cibercafés e *lan houses* como exemplos de agregações sociais do ciberespaço. Essas seriam, segundo ele, fruto de um desejo ancorado no coração da tecnologia contemporânea.

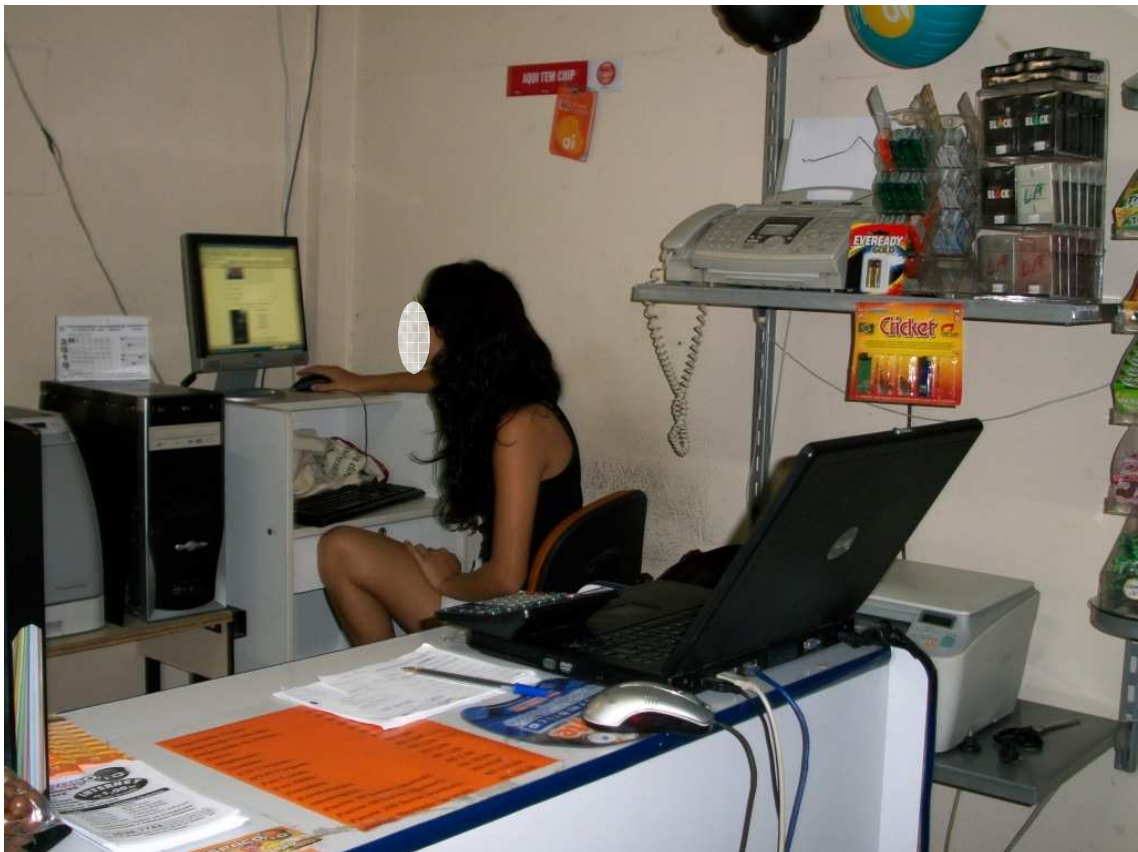


Figura 6: Negócios lucrativos nas agregações ao ciberespaço

Fonte: Pesquisa do autor

Novas possibilidades abertas pelas tecnologias telemáticas fazem das *lan houses* e cibercafés agregações ao ciberespaço e negócios lucrativos com velocidades de crescimento, como no Espaço 10 Lan House e Café (Figura 6).

Através do ciberespaço e de suas tecnologias, a cibercultura parece instituir, mesmo sem o contato físico, uma relação de proximidade e de sentimento comunitário. Já a tecnologia moderna, a tecnocultura, inibia a

agregação comunitária, segundo Lemos (2002). Ele diz que chamar de comunidades virtuais algumas formas de agregação social no ciberespaço é possível, se mantivermos a ideia de comunidade como definida pela sociologia. Lemos (2002) busca fundamento em M. Godwin para elencar nove princípios fundamentais para definir comunidades virtuais, entendendo-as como qualquer forma de agregação social por redes telemáticas. Repetem-se aqui os princípios: o uso de *software* que permita discussão em grupo; a ausência de limitação em trocas de mensagens; a possibilidade de acesso para pessoas diversas; a possibilidade de deixar que os usuários resolvam seus problemas; a promoção de uma memória da comunidade; a promoção da continuidade; o bom recebimento dos neófitos; a promoção de áreas para crianças; e a confrontação dos usuários nas crises das comunidades.

O ativismo político está presente no ciberespaço e este não cria uma cultura monolítica e não inibe a heterogeneidade. Para Lemos (2002), a proliferação das comunidades virtuais pode ser compreendida como uma produção de micro-colônias. Seria baseada no paradigma estético, empático, uma experiência social não programada, formando agregações através das redes telemáticas. “Lá onde há comunicação mediada por computadores, há efervescência comunal e criação de comunidades virtuais” (LEMOS, 2002, p. 156). O indivíduo pode navegar de um grupo a outro, já que a noção de territorialidade não é física, nas agregações eletrônicas. Interesses comuns e gostos compartilhados são pontos de partida para a formação das comunidades planetárias, graças às novas possibilidades abertas pelas tecnologias telemáticas, afirma Lemos (2002). O autor acrescenta que, neste sentido, a relação é mais empática do que contratual. “Vemos, assim, crescer sob os nossos olhos uma ética da estética eletrônica que mostra que, na cibercultura, a dimensão social agregadora é um dos fatores mais importantes de seu desenvolvimento” (LEMOS, 2002, p. 164-165).

2.4 AS INTERAÇÕES

Interação ou interatividade? O termo interação transmuta-se em interatividade no campo da informática, mas é vastíssimo e não parece possível conferir a ele especificidades. O conceito de interação vem da física, foi incorporado pela sociologia, pela psicologia social e, finalmente, pela informática (SILVA, 2000, p. 93). Primo (2008) optou pelo termo interação, após minucioso estudo. Segundo ele, mesmo que haja um excesso de referências à interação no contexto da cibercultura, pouco é questionado sobre o que tal conceito significa e a que ele se refere. Partindo de uma abordagem sistêmico-relacional, a interação é entendida pelo autor como uma “ação entre” os participantes do encontro (inter + ação). Vários campos do saber estudam diferentes tipos de interações. Existe interação entre corpos, genes, forças, engrenagens, etc. Já a interatividade seria um termo da moda, adoção acrítica usada nas discussões sobre cibercultura, circula por toda a parte como um argumento de venda e é uma questão que se mostra problemática (PRIMO, 2008, p. 12-13). Mais adiante, quando será abordada a interação mediada por computador, será retomada esta questão, com Primo (2008). Antes é preciso tensionar outros autores sobre o assunto.

Também Sepé (2006) faz uma reflexão sobre os dois termos. A autora segue na esteira de Primo (2008) e tenta “entender a interação como um processo pluri-relacional, mediado pelo computador (nível micro), via jogo (grande mediador), onde se intercruzariam interações mútuas e reativas” (SEPÉ, 2006, p. 10). No entanto, Fragoso (2001) deixa clara sua posição sobre os dois termos. Conforme ela, interatividade é uma atribuição da interface, ou seja, do produto midiático, e só é razoável falar em interatividade em relação à interação receptor-produto. Outras definições de interatividade partem de sua vinculação a tecnologias específicas, reconhecidamente as de base digital. A palavra interatividade nasceu no contexto das interações entre usuários e computadores, enfatiza Fragoso (2001). Ela complementa que “a palavra interatividade, derivada do neologismo inglês *interactivity*, foi cunhada para denominar uma qualidade específica da chamada computação interativa (*interactive computing*)”

(FRAGOSO, 2001, p. 2). Com base nas argumentações dos autores, esta pesquisa optou por usar o termo interação.

2.4.1 Interações Face a Face, Mediada e Quase Mediada

São três os tipos de situação interativa criados pelo uso dos meios de comunicação, conforme Thompson (1998): interação face a face, interação mediada e interação quase mediada. Na face a face os participantes partilham do mesmo espaço e mesmo sistema referencial de tempo. Existe diálogo e há ida e volta no fluxo de informação e comunicação. Os participantes para transmitir as mensagens empregam uma multiplicidade de deixas simbólicas, como piscadelas, gestos, sorrisos, entonação da voz, franzimento de sobrancelhas. Este tipo de interação é observado nos ambientes pesquisados, onde há diálogos e trocas de deixas simbólicas. Nas interações mediadas a transmissão de conteúdo e informação acontece entre interagentes situados remotamente no tempo e no espaço. Implica também o uso de um meio técnico, como fios elétricos, ondas eletromagnéticas. Há características que diferenciam os dois tipos. A face a face se dá em um contexto de co-presença; na mediada, os participantes não compartilham o mesmo referencial de espaço e de tempo.



Figura 7: Espaços possibilitam várias interações

Fonte: Pesquisa do autor

Dentro dos cibercafés e *lan houses* percebe-se os tipos de interações de que fala Thompson (1998), sendo que a mediada acontece por meio do computador. Como busca-se as particularidades desses ambientes, associando Internet e comportamento social, observa-se, dentro dos espaços pesquisados, o que se ousou chamar de “elo de interações”, o que será abordado mais adiante (Figura 7).

O terceiro tipo de interação, a que o autor chama de quase mediada, refere-se às relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa (jornais, rádios, televisão, livros, etc.). Ela se dissemina no espaço e no tempo e envolve certo estreitamento do leque de deixas simbólicas (THOMPSON, 1998, p. 78-79). A situação interativa quase mediada é mais rara dentro dos ambientes pesquisados, mas foi possível presenciar outro momento de elo dessas interações. Mais adiante vamos exemplificar essas situações. A

possibilidade de constatação desses elos interativos é embasada também pelo autor quando diz:

Os três tipos acima não esgotam os possíveis cenários de interação. Outras formas de interação podem ser criadas, por exemplo, pelo desenvolvimento de novas tecnologias da comunicação que permitem um maior grau de receptividade (THOMPSON, 1998, p. 81).

Ele ainda constata a possibilidade de mistura de diferentes formas de interações no fluxo da vida diária. Os três tipos mencionados têm um caráter híbrido. “Por exemplo, indivíduos podem discutir com outros numa sala, enquanto assistem a televisão, combinando assim a interação face a face com a quase mediada na mesma situação interativa” (THOMPSON, 1998, p. 80-81). O autor limita-se ao meio televisivo. No entanto, ao serem observadas tais possibilidades dentro dos cibercafés e lan houses, foram constatados também diferentes elos de interações, que serão descritos mais adiante.

Castells (2003) diz que, na era da Internet, para se compreender as novas formas de interação social, talvez seja necessário uma redefinição de comunidade. Menos ênfase ao componente cultural e o contrário ao seu papel de apoio a indivíduos e famílias, desvinculando sua existência social de um tipo único de suporte material. A questão decisiva, como forma central de organizar a interação, é o deslocamento da comunidade para a rede. Na tradição da pesquisa sociológica, compartilhamento de valores e organização social eram as bases da comunidade. “As redes são montadas pelas escolhas e estratégias de atores sociais, sejam indivíduos, famílias ou grupos sociais” (CASTELLS, 2003, p. 107).

No entanto, para Recuero (2009b), é preciso enfatizar também que uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos. O primeiro seriam os atores, que seriam pessoas, instituições ou grupos, os nós da rede. Já o segundo trata das conexões, que são as interações ou laços sociais. Os padrões de conexão de um grupo social podem ser observados, complementa a autora, a

partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. Não há como isolar os atores sociais e nem suas conexões (RECUERO, 2009b, p. 24). Pode-se ainda complementar: “A uma série de mensagens trocadas entre pessoas chamaremos interação” (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 1967, p. 46).

2.4.2 Interação Mediada por Computador



Figura 8: Motivações variadas na busca do virtual

Fonte: Pesquisa do autor

Algumas particularidades vivenciadas na interação mediada por computador em espaços públicos mostram mudanças no comportamento social. Muitos visitam habitualmente esses ambientes físicos na busca do virtual. Motivações variadas levam o público a incluir no seu cotidiano o acesso pago à Internet (Figura 8).

A interação mediada por computador é encontrada em todos os ambientes pesquisados neste estudo. Nos cibercafés, nos cafés onde o sistema sem-fio possibilita a conexão ao ciberespaço, como nas *lan houses* da zona central de Novo Hamburgo estão presentes computadores reconfigurando o espaço urbano. Para tratar deste assunto, buscamos fundamentação em Alex Primo (2008). O autor, quando escreve sobre o tema, deixa claro que “o que importa para este estudo é o que acontece entre os interagentes” (PRIMO, 2008, p. 134). Da mesma forma, esta pesquisa trata das particularidades das pessoas vivenciando interações nos espaços delimitados.

Inicialmente, essa discussão também tem que passar por Recuero (2009a). Ela coloca que a conversação mediada pelo computador possui características específicas que a diferenciam de outras conversações mediadas. É um tipo de conversação que privilegia o anonimato, em detrimento da identificação. “Assim, é comum que a própria linguagem e os contextos utilizados para a comunicação neste ambiente sejam apropriados pelos atores como elementos de construção de identidade” (RECUERO, 2009a, p. 155).

Primo (2008) propõe dois tipos de interação mediada por computador: a interação mútua e a interação reativa. Sempre tendo como foco os participantes da interação, observando o que se passa entre o interagente humano e o computador (PRIMO, 2008, p. 14). O autor propõe não usar o termo “usuário” e sim interagente. Segundo ele, o primeiro, popularizado pela indústria da informática, refere-se a um pacote predeterminado pela empresa produtora de *software*. Usar a expressão “usuário”, diz Primo (2008), é também partir-se de uma relação empresa-cliente. “Usuários”, “receptor”, “utilizador” e “novo espectador” são termos não-apropriados no estudo da interação, “pois deixam subentendido que essas figuras estão à mercê de alguém hierarquicamente superior, que é quem pode tomar de fato decisões” (PRIMO, 2008, p. 148-149).

Segundo Primo (2008), “ao se falar em interações mediadas por computador, deve-se entender que essas interações podem dar-se com o e/ou através do computador (e suas redes)”. O autor explica que na comunicação de

massa uma mensagem idêntica é enviada para todos a partir de um centro de distribuição, o que chama de “um-todos”. Já as tecnologias informáticas permitem o que se chama de “um-um” ou “todos-todos”. Ele aborda o problema a partir de uma perspectiva sistêmico-relacional, que enfatiza o aspecto relacional da interação e busca valorizar a complexidade do sistema interativo.

Não se pode supor que uma interação mútua comece do nada, já que é compreendido que não há como localizar o ponto zero de uma ação social. Cada interação deixa traços que podem influir em situações posteriores. Cada pessoa movimenta experiências passadas, mesmo diante de novas situações. Os interagentes na interação mútua poderão debater tendo convicções diferentes, reconsiderando certezas temporárias ou contradições sem que isto impeça a interação. O mesmo não acontece nas interações reativas. Um comportamento não pode ser retirado ou apagado quando se trata de interação mútua. “Uma ofensa através de um e-mail, por exemplo, é um evento no tempo que não pode ser retirado da evolução da interação. O conflito gerado por aquele texto será trabalhado no curso de novos eventos comunicativos” (PRIMO, 2008, p. 114-115).

É preciso colocar na discussão de Primo (2008) o que acrescenta Sepé (2006). Ela complementa o autor com o seguinte:

[...] parece-me apropriado sugerir que a interação mútua proposta pelo autor é marcada por duas processualidades que se atravessam concomitantemente: uma sincrônica, que é a da interação que eu defino como acontecimento, do agora, sobre o qual não se tem controle absoluto, porque não completamente previsível, e outra diacrônica, que demanda a retomada do já dito, do já feito, que eu denomino de interação como memória, cujo gatilho de funcionamento é justamente o caráter de recursividade. Sem a memória, acredito, sem a recuperação do já produzido, não há o acontecimento, visto que a processualidade da interação depende do resgatar para fazer avançar a interação (SEPÉ, 2006, p. 9).

A interação mútua se opõe à cadeia linear, característica da reativa. Primo (2008) salienta o caráter recursivo das interações mútuas, “onde cada ação retorna por sobre a relação, movendo e transformando tanto o próprio relacionamento quanto os interagentes (impactados por ela)” (PRIMO, 2008, p. 107). Já quando trata da reativa, Primo (2008) explica que as trocas comunicativas são atomizadas e não apresentam interdependência. “Tal tipo de interação é marcada por uma especificação prévia no sentido de oferecer um resultado esperado (como o salvamento de um arquivo)” (PRIMO, 2008, p. 110). O processo de interação mútua é dinâmico, contínuo e descentralizado. É ação conjunta, muito mais que movimento ou reação determinada. “Novas ações terão a possibilidade de redefinir o relacionamento, mas só podem ser criadas e ganhar sentido durante a interação” (PRIMO, 2008, p. 116). E o autor acrescenta que as interações mútuas se desenvolvem através do choque dos comportamentos comunicativos dos interagentes. No entanto, explica Primo (2008) que tal situação não é necessariamente sinônimo de desacordo ou briga. Nas interações reativas um formato prévio guia as interações possíveis (PRIMO, 2008, p. 118). Os interagentes promovem uns nos outros constantes desequilíbrios. “As interações mútuas se complexificam e se desenvolvem diante do próprio desequilíbrio, sendo este um propulsor de novas atualizações” (PRIMO, 2008, p. 121). Mas na reativa, explica Primo (2008), “um desequilíbrio (como um *input* não previsto em um programa) pode bloquear a interação, em virtude do travamento do *software*” (PRIMO, 2008, p. 121). Assim o autor pontua o contraste entre os dois tipos interativos, acrescentando que:

As interações reativas dependem de uma delimitação prévia das trocas possíveis e a disposição antecipada das alternativas viáveis de entrada e saída. Já as interações mútuas vão definindo apenas durante a criação do relacionamento. Os comportamentos comunicativos dos interagentes não se encontram rigidamente previstos. Além disso, os embates nos intercâmbios movimentam o relacionamento, participando de sua própria reinvenção. Enquanto a interação reativa se caracteriza por um equilíbrio estático, na interação mútua se observa um equilíbrio dinâmico, negociado entre os interagentes, no transcurso de contínuos desequilíbrios (PRIMO, 2008, p. 122).

Primo (2008) complementa afirmando que o embate de ideais tem lugar nas interações mútuas mediadas por computador. Essas se distinguem pela possibilidade do embate de forças. É a abertura ao discordar, contestar que as diferenciam das interações reativas, onde o debate não tem lugar e se caracterizam pelas repetições das mesmas reações programadas. Ele exemplifica como reativa a seleção de um *link* em uma enciclopédia digital que oferece uma definição e o internauta recebe em troca uma janela com um texto que não está correto. Esse internauta não terá a possibilidade de discordar e rebater a informação, nem reescrever o texto. Mudanças também são constatadas pelo autor, como no caso dos *blogs*, que antes figuravam no cenário das interações reativas e hoje se abrem para o confronto de idéias, configurando interações mútuas. Diante de que, para alguns, a concepção de que as tecnologias digitais seriam suficientes para uma sociedade mais democrática e para a liberdade de expressão, Primo (2008) alerta que sua proposta é deixar claro dois tipos gerais de interação mediada por computador. Segundo ele, a possibilidade do internauta publicar uma página, podendo jamais ser encontrada no emaranhado de *sites*, ou clicar muito por entre *links* de um interminável hipertexto, não significa que suas ações tenham repercussão ou que participe de um diálogo transformador. Ele explica que tanto uma troca de *e-mails* ou clicar por entre o *site* de outro são interações. Mas é preciso notar a diferença no relacionamento mantido. Um dos casos (*e-mail*) media uma conversação. O outro não reproduz as características conversacionais (PRIMO, 2008, p. 133-134).

As interações reativas dependem da previsibilidade e da automatização nas trocas. Se algo foge do estipulado, pode ser recusado no processo e até mesmo terminar com a situação interativa. Já as mútuas se desenvolvem em virtude da negociação relacional durante o processo. A reativa é marcada pelo disparar de potenciais e pode repetir-se infinitamente em uma mesma troca: os mesmos *outputs* para os mesmos *inputs*. Para que seja viabilizada é preciso que as trocas aconteçam dentro dos limites previstos, precisa de fórmulas previstas. Não é negociada e a relação insiste em perseguir os trilhos demarcados. A interação mútua promove a invenção conjunta de soluções temporárias aos problemas, durante a própria interação, em virtude de fatores contextuais

envolvidos. Primo (2008) explica: um internauta não reage passiva e mecanicamente a uma página da Internet, por exemplo. Mesmo em uma segunda visita à mesma página. “Não ocorre entre homem e máquina uma negociação ativa, uma problematização recíproca e um trabalho conjunto que possa conduzir a soluções criativas” (PRIMO, 2008, p. 158). Acrescenta o autor que “não se desenvolve um processo de cooperação, mas sim uma reprogramação da máquina, uma determinação de novos automatismos” (PRIMO, 2008, p. 158).

Nos espaços públicos de acesso pago à Internet hamburgueses vários são os motivos de acesso, conforme o que será constatado mais adiante. Pode-se observar, em muitos casos, a interação reativa. Mas há predominância da mútua. No entanto, as duas podem acontecer simultaneamente. Alguns aproveitam o tempo para bate-papo, redes de relacionamento ou transações de trabalho, onde é preciso também conversação, respostas. Há “relações potenciais de estímulo-resposta impostas por pelo menos um dos envolvidos na interação”, conforme relata Primo (2008). Mais adiante faremos ponderações sobre estas questões.

2.4.3 Mobilidade Urbana: Novas Tecnologias Sem Fio

Castells (2003) diz que a série de situações sociais está sendo ampliada pelas chances de interconexão personalizada, diante do projetado desenvolvimento da Internet sem fio. Com isto, os indivíduos estão tendo maior capacidade de reconstruir estruturas de sociabilidade de baixo para cima (CASTELLS, 2003, p. 111). Esta pesquisa observa nos cafés com *wi-fi* esta série de situações sociais. Quando Lemos (2004) trata da conexão e mobilidade, em artigo para a Intercom, ele diz que “trata-se de transformações nas práticas sociais, na vivência do espaço urbano e na forma de produzir e consumir informação” (LEMOS, 2004, p. 2). Para o autor, “a cibercultura solta as amarras e desenvolve-se de forma onipresente, fazendo com que não seja mais o usuário

que se desloca até a rede, mas a rede que passa a envolver os usuários e os objetos numa conexão generalizada” (LEMOS, 2004, p. 2).

Busca-se, neste momento, embasamento em Eduardo Campos Pellanda (2006), quando trata sobre as novas formas de interações potencializadas pela mobilidade da informação. Conforme o autor, com possibilidades de infraestrutura proporcionada por redes sem fio *wi-fi*, a Internet ganha movimento e maior possibilidade de imersão no ciberespaço. Ele exemplifica o processo comparando com o que aconteceu com o rádio. Este teve todo o seu conteúdo modificado pela possibilidade da portabilidade na década de 1950. Da mesma forma, “a Internet começa a mostrar que o acesso em movimento pode significar alterações profundas em suas linguagens de comunicação. O rádio foi para os automóveis, estádios de futebol e acompanhou o ouvinte em tarefas cotidianas” (PELLANDA, 2006, p. 2). No caso do rádio, segundo ele, o conteúdo passou a refletir isso e tornou-se mais dinâmico e informativo tentando dar sentido ao novo tipo de consumo. No entanto, acrescenta, “a Internet começa a demonstrar tais mudanças, porém com outras dimensões que estão ligadas aos fatores de interatividade do meio” (PELLANDA, 2006, p. 2).

Pellanda (2006) constata que “o usuário não somente consome a informação em movimento, mas também emite em um canal de retorno seu conteúdo que pode estar relacionado com a sua posição geográfica” (PELLANDA, 2006, p. 3). Outra constatação do autor é que grupos envolvendo comunidades virtuais móveis podem estar dispersos fisicamente e subitamente estar unidos no mesmo espaço físico. “Na verdade, o lugar vai se tornar menos relevante como forma de informação do que é hoje, porque nós vamos poder nos comunicar com qualquer pessoa, independente do lugar em que ela estiver” (PELLANDA, 2006, p. 2).

Todo este impulso que a comunicação móvel está recebendo tem reflexo direto nas práticas sociais, afirma Pellanda (2008). O reflexo de que fala o autor é o que esta pesquisa observa nos cafés com sistemas sem-fio na zona central de Novo Hamburgo. Novas práticas sociais estão surgindo nestes ambientes. “A

implantação tecnológica é alimentada pelo uso e vice-versa. A aplicação intensa por diferentes camadas da população está alterando hábitos e conceitos sobre o uso do ciberespaço” (PELLANDA, 2008, p. 2). A percepção da Internet como meio de comunicação sempre esteve ligada ao uso do computador pessoal (PC) conectado, diz Pellanda (2008). Ele acrescenta que o consumo desta mídia acontece dentro das quatro paredes de um quarto, escritório ou *lan*. “As conexões físicas entre os indivíduos são feitas na mesma dimensão da conexão virtual, a cibercultura passa para uma nova fase. O virtual se desloca no espaço físico e cria com ele uma relação complexa de cooperação” (PELLANDA, 2008, p. 3).

Conforme o autor, a perspectiva do cenário com dispositivos móveis é a descentralização do acesso a esta informação, que também é descentralizada. Há uma inversão do nomadismo. Atraídas pela questão da socialização, as pessoas podem estar em lugares como universidades ou bibliotecas (ou, conforme complementa esta pesquisa, nos cafés com *wi-fi*), mas não necessariamente para buscar uma informação contida naquele espaço. As atividades sociais deixam de estar vinculadas aos lugares. Atraídas pela socialização de que fala Pellanda (2008), as pessoas podem estar neste café com *wi-fi* não só pelo entretenimento, mas também trabalhando.



Figura 9: Cenário com dispositivos móveis no shopping Center

Fonte: Pesquisa do autor

Café Mule & Bule, em 2008: cenário com dispositivos móveis em café com *wi-fi* no *shopping center*. Usuários atraídos pela socialização. Local de lanches, bebidas, interações face a face, quase mediada (livros) e mediada pelo computador. Jovens aproveitam para bate-papo *online* e *offline* e até paquerar (também *online* e *offline*) (Figura 9). A possibilidade de conexão à Internet motiva essas novas práticas sociais. Diante da situação apresentada na foto, também é possível buscar embasamento teórico em Lemos (2002), quando diz: “A cibercultura contemporânea é uma forma peculiar de relação entre a sociabilidade e as tecnologias” (LEMOS, 2002, p. 13).

E Pellanda (2008) complementa:

Uma das características dos espaços físicos sendo permeados pela rede em um ambiente de mídia *always on* é a completude de um dos anseios humanos, a onipresença. Em típico quadro de vida cotidiana ocidental urbana é a divisão entre espaços de trabalho, entretenimento e residencial. A onipresença se dá pela possibilidade de estar conectado a vários espaços simultaneamente, com um mínimo de deslocamento físico. A barreira entre o espaço público e privado é outra linha que se torna menos nítida neste cenário. Isso ocorre tanto por pessoas que trabalham em casa como pelas que estão em vários pontos da cidade em contato com sua residência. A questão de onde se está fisicamente não é mais a central, e sim qual o tipo de informação precisa-se trocar em um dado instante (PELLANDA, 2008, p. 04).

2.5 SOCIABILIDADE, SOCIAÇÃO E ESTAR JUNTO

Neste momento é preciso que a discussão teórica aborde as noções de sociabilidade e sociedade para melhor compreensão desta pesquisa. Primeiramente, busca-se fundamentos no legado de Georg Simmel (2006). O sociólogo alemão, que viveu de 1858 a 1918, focou seus estudos na linha da microsociologia, uma análise dos fenômenos no nível “micro” da sociedade. Um dos principais conceitos criados por este autor foi o de sociação, no sentido de forma pura de interação e não de associação. Para Simmel (2006), a sociedade parte da interação entre os indivíduos e comporta uma distinção entre forma e conteúdo, o que muito bem pode ser aplicado na contemporaneidade, em função deste estudo sobre os cafés, cibercafés e *lan houses*.

Em cada sociedade é possível diferenciar forma e conteúdo, diz Simmel (2006) quando retrata questões fundamentais da sociologia. A própria sociedade, afirma o autor, significa a interação entre indivíduos. Determinados impulsos ou a busca de certas finalidades é que fazem surgir essa interação. Como motivação para que o ser humano entre, com os outros, em uma relação de convívio, ele cita interesses, objetivos, impulsos religiosos, objetivos de defesa, ataque, instintos eróticos, ajuda, conquista, jogo, doutrinação e inúmeros outros. É uma atuação com referência ao outro, com o outro e contra o outro. Um indivíduo exerce efeito sobre os demais e também sofre efeitos por parte deles.

“Essas interações significam que os portadores individuais daqueles impulsos e finalidades formam uma unidade – mais exatamente uma sociedade” (SIMMEL, 2006, p. 59-60).

Tudo o que está presente nos indivíduos de modo a engendrar os efeitos sobre os outros, ou a receber esses efeitos dos outros, Simmel (2006) define, simultaneamente, como conteúdo e matéria da sociação. Tudo o que existe nos indivíduos e nos lugares concretos de toda a realidade histórica como impulso, interesse, finalidade, tendência, condicionamento psíquico e movimento. O autor define sociação como:

A forma (que se realiza de inúmeras maneiras distintas) na qual os indivíduos, em razão de seus interesses – sensoriais, ideais, momentâneos, duradouros, conscientes, inconscientes, movidos pela causalidade ou teleologicamente determinados –, se desenvolvem conjuntamente em direção a uma unidade no seio da qual esses interesses se realizam. Esses interesses sejam eles sensoriais, ideais, momentâneos, duradouros, conscientes, inconscientes, casuais ou teleológicos, formam a base da sociedade humana (SIMMEL, 2006, p. 61).

Em uma apropriação do conceito macro pode-se jogá-lo nos espaços pesquisados. Encontramos também a sociação de que fala Simmel (2006). Complementa o autor que as motivações que impulsionam a vida, em si e para si, não têm natureza social. O trabalho, a fome, a religiosidade, o amor, a técnica, as funções ou os resultados da inteligência, por si só, não são sociais. São fatores da sociação apenas quando transformam a mera agregação isolada dos indivíduos em determinadas formas de estar com o outro e de ser para o outro que pertencem ao conceito geral de interação. A transformação de determinadas formas de estar com o outro encontramos nos cafés (com *wi-fi*), cibercafés e *lan houses*.

Para definir o fenômeno da sociabilidade, o autor explica que o que há de autenticamente “social” nessa existência é aquele ser com, para e contra os quais os conteúdos ou interesses materiais experimentam uma forma ou um

fomento por meio de impulsos ou finalidades. “Essas formas adquirem então, puramente por si mesmas e por esses estímulos que delas irradia a partir dessa liberação, uma vida própria, um exercício livre de todos os conteúdos materiais; esse é justamente o fenômeno da sociabilidade” (SIMMEL, 2006, p. 64). Os homens quando estão juntos é sempre o resultado das necessidades de interesses específicos, seja em um bando de assaltantes ou em comunidades de culto, por exemplo, acrescenta o autor. Só que, afirma ele, todas essas formas de sociação são acompanhadas por um sentimento e por uma satisfação de estar justamente socializado. A sociabilidade dá grande valor à forma, quando assume qualquer sentido e consistência. Essa forma é a mútua determinação e interação dos elementos pelos quais se constrói uma unidade.

Tomando por base as categorias sociológicas, defino então a sociabilidade como a forma lúdica de sociação, e – *mutatis mutandis* – algo cuja concretude determinada se comporta da mesma maneira como a obra de arte se relaciona com a realidade (SIMMEL, 2006, p. 64-65).

O ser humano se configura em uma imagem diferente e delimitada, de acordo com as motivações e relações da existência cambiante. Ele é um complexo ainda informe de conteúdos, formas e possibilidades. Para os indivíduos, ainda fala o autor de uma onda de sociabilidade superior ou inferior. A sociabilidade não é mais um elemento central e formador, tanto no momento em que o estar junto se apóia em um conteúdo e uma finalidade objetivas, como no momento em que o fator absolutamente pessoal e subjetivo do indivíduo aparece sem qualquer reserva, mas, no máximo, continua a ser o princípio mais formalista superficial e mediador. “A democracia da sociabilidade, mesmo entre aqueles socialmente iguais, é um jogo de cena. A sociabilidade cria, caso se queira, um mundo sociologicamente ideal: nela, a alegria do indivíduo está totalmente ligada à felicidade dos outros” (SIMMEL, 2006, p. 69). No entanto, esse mundo da sociabilidade é um mundo artificial, mesmo sendo o único em que é possível haver uma democracia sem atritos entre iguais.

Seria um erro imaginar que entramos na sociabilidade puramente 'como seres humanos', como aquilo que realmente somos, deixando de lado as atribuições, as idas e vindas, os excessos e as carências com os quais a vida real deforma a pureza de nossa imagem (SIMMEL, 2006, p. 70).

Os conteúdos intencionais aparecem em todas as formas de interação e sociação entre os seres humanos.

Outras formas sociológicas de interação, em termos de conteúdo, são importantes, além da sociabilidade. Essa abstrai essas formas – que giram em torno de si mesmas – e fornece a elas uma existência nebulosa. Isso se revela na conversa. “Na conversa puramente sociável o assunto é somente o suporte indispensável do estímulo desenvolvido pelo intercâmbio vivo do discurso enquanto tal” (SIMMEL, 2006, p. 75). Para o autor, a conversa se dá em uma base que está além de toda intimidade individual. “A história mais requintada, mais sociável, é aquela na qual o narrador esconde sua personalidade”. E acrescenta: “a sociabilidade é também a forma lúdica das forças éticas da sociedade concreta” (SIMMEL, 2006, p. 77).

A maneira pela qual os grupos se formam e se separam, e o modo pelo qual a conversa, surgida por impulso ou oportunidade, se desenvolve, aprofunda-se, ameniza-se e termina, numa 'reunião social', fornecem uma miniatura do ideal de sociedade que se poderia chamar de liberdade de associação. Se todas as convergências e divergências devem ser fenômenos rigorosamente proporcionais, a realidade interna numa 'reunião social', elas existem sem tais realidades, e nada resta além de um fenômeno que obedece às próprias leis formais de um jogo cuja graça, fechada em si mesma, revela *esteticamente* a mesma proporção que a seriedade da realidade exige em termos éticos (SIMMEL, 2006, p. 78).

O que retrata Simmel (2006) é uma das bases para que este estudo possa inquirir a sociabilidade nos cafés, *lan houses* e cibercafés. O autor afirma que “toda sociabilidade é um *símbolo* da vida quando esta surge no fluxo de um jogo prazeroso e fácil” (SIMMEL, 2006, p. 80). No entanto, acrescenta que,

“porém, é justamente um símbolo de *vida* cuja imagem se modifica até o ponto em que a distância em relação à vida o exige” (SIMMEL, 2006, p. 80).

2.5.1 Transformação da Sociabilidade, Comunidades e Redes

“As redes são montadas pelas escolhas e estratégias de atores sociais, sejam indivíduos, famílias ou grupos sociais” (CASTELLS, 2003, p. 107). Conforme o autor, ocorre o seguinte:

A grande transformação da sociabilidade em sociedades complexas ocorreu com a substituição de comunidades espaciais por redes como formas fundamentais de sociabilidade. Isso é verdadeiro no que diz respeito às nossas amizades, mas é ainda mais verdadeiro no tocante a laços de parentesco, à medida que a família extensa encolheu e novos meios de comunicação tornaram possível manter contato à distância com um pequeno número de familiares. Assim, o padrão de sociabilidade evoluiu rumo a um cerne de sociabilidade construído em torno da família nuclear em casa, a partir de onde redes de laços seletivos são formadas segundo os interesses e valores de cada membro da família (CASTELLS, 2003, p. 107).

Isso não quer dizer que a sociabilidade baseada em lugar não exista mais, garante Castells (2003). As sociedades não evoluem rumo a um padrão uniforme de relações sociais. A especificidade da evolução social em nossas sociedades ocorre com a crescente diversidade dos padrões de sociabilidade. O decisivo é a passagem da limitação espacial como fonte de sociabilidade para a comunidade espacial como expressão da organização social. Castells (2003) cita estudos sobre o uso da Internet em família, onde foi constatado que as pessoas adaptam a Internet às suas vidas e não modificam o comportamento diante da tecnologia. O autor ainda enfatiza o surgimento de um novo sistema de relações sociais centrado no indivíduo. Ela chama de relações terciárias ou comunidades personalizadas, corporificadas em redes egocentradas. “Representa a privatização da sociabilidade. Essa relação individualizada com a sociedade é um padrão de sociabilidade específico, não um atributo psicológico” (CASTELLS,

2003, p. 108). E ele acrescenta: “o novo padrão de sociabilidade em nossas sociedades é caracterizado pelo individualismo em rede” (CASTELLS, 2003, p. 108).

A Internet neste contexto é o suporte material para o individualismo em rede. Mas Castells (2003) explica que o individualismo em rede é um padrão social, não um acúmulo de indivíduos isolados. A Internet aparece em estudos como eficaz na manutenção de laços fracos, que de outra forma seriam perdidos. Mas esses laços fracos são no sentido de que raramente constroem relações pessoais duradouras. Ela também cria novos tipos de laços fracos, com destinos variáveis, como nas comunidades de interesses que brotam nela. As pessoas não revelam necessariamente suas identidades, ligam e se desligam da Internet e migram para outros padrões *online*. “Mas se as conexões específicas não são duradouras, o fluxo permanece, e muitos participantes da rede o utilizam como uma de suas manifestações sociais” (CASTELLS, 2003, p. 108). Mas a Internet desempenha também importante papel nos laços fortes à distância. Exemplos são as relações de família, pautadas pela mobilidade geográfica. Mas o novo padrão de sociabilidade, baseado no individualismo, tem como contribuição importante a Internet na estruturação de relações sociais.

Cada vez mais as pessoas estão organizadas em redes sociais mediadas por computador. O individualismo em rede não é criado pela Internet, “mas é seu desenvolvimento que fornece um suporte material apropriado para a difusão do individualismo em rede como a forma dominante de sociabilidade” (CASTELLS, 2003, p. 109). Com bases em seus interesses, afinidades e projetos, indivíduos montam suas redes *online* e *offline*. Na organização social como um todo, a interação *online* desempenha crescente papel. O autor observa em nossas sociedades uma comunicação híbrida em desenvolvimento, reunindo lugar físico e ciber-lugar para atuar como suporte material para o individualismo em rede. São muitos os estudos que corroboram esse padrão de interação entre redes *online* e *offline*.

É o que esta pesquisa busca observar nos espaços públicos de acesso pago à Internet. Estudos mostram estreita interação entre sociabilidade *online* e *offline*, como o conduzido por Gustavo Cardoso (1998). Cada qual em seu próprio ritmo, e com suas características específicas, formando um processo social indissociável. Castells (2003) ainda acrescenta: “Essas redes *online* tornam-se formas de ‘comunidades especializadas’, isto é, formas de sociabilidade construídas em torno de interesses específicos” (CASTELLS, 2003, p. 110). E as pessoas podem pertencer a várias redes, em diferentes momentos, quase sem barreiras de ingresso, formando o que o autor chama de “portfólios de sociabilidade”.

Muitas afirmações conflitantes surgiram sobre a ascensão de novos padrões de interação social, diante da emergência da Internet como um novo meio de comunicação. A desvinculação entre localidade e sociabilidade na formação da comunidade seria a consequência da formação de comunidades virtuais, sobretudo em comunicação *online*. As formas de interações humanas territorialmente limitadas seriam substituídas por novos padrões, seletivos, de relações sociais. Alguns pregaram um colapso da comunicação social e da vida familiar, porque indivíduos sem face praticariam uma sociabilidade aleatória, abandonando ao mesmo tempo interações face a face em ambientes reais. A Internet foi acusada de induzir as pessoas a fugir do mundo real para viver suas fantasias *online*. Castells (2003) avança na discussão dissipando alguns erros comuns relativos ao comportamento social associado à comunicação na Internet.

Trabalho, família e a vida cotidiana dominam os usos da Internet, afirma Castells (2003). Embora com efeitos específicos sobre a prática social, como relatamos no início deste capítulo, a Internet foi apropriada pela prática social, em toda a sua diversidade, revela o autor. Ele argumenta que estudos distorceram a percepção pública da prática social da Internet, colocando em local privilegiado as fantasias pessoais. No entanto, diz Castells (2003),

é uma extensão da vida como ela é em todas as suas dimensões e sob todas as suas modalidades. Ademais, mesmo na representação de papéis e nas salas informais de *chat*, vidas reais (inclusive vidas reais *online*) parecem moldar a interação *online* (CASTELLS, 2003, p. 99-100).

Ele ainda cita estudos que previam uma nova forma de comunidade, que reuniria as pessoas em torno do *online*, criando laços de apoio de amizade que poderiam se estender à interação face a face. E essa nova forma de comunidade do *online* pode ser vista na interação face a face dentro dos cibercafés e *lan houses*? O autor acrescenta que a Internet não é uma causa de alienação do mundo real e que não parece ter um efeito direto sobre a configuração da vida cotidiana em geral, “exceto por adicionar interação *online* às relações sociais existentes” (CASTELLS, 2003, p. 101). Castells (2003) ainda complementa:

O estudo da sociabilidade na/sobre/com a Internet deve ser situado no contexto da transformação dos padrões de sociabilidade em nossa sociedade. Isso não significa menosprezar a importância do meio tecnológico, mas inserir seus efeitos específicos na evolução geral de padrões de interação social e em sua relação com os suportes materiais dessa interação: espaço, organizações e tecnologias da comunicação (CASTELLS, 2003, p. 105).

2.5.2 Tribalismo e Socialidade

A sociedade se organiza através de reencontros, situações, experiências nos diversos grupos a que pertence o indivíduo. Com o entrecruzamento destes grupos surge uma massa indiferenciada com pontos muitos diversificados. Michel Maffesoli (1998) aponta marcas indiscutíveis da socialidade contemporânea, como tribalismo, presenteísmo, vitalismo e formismo. Todos estes conceitos podem ser aplicados para que se possa descrever a relação entre as novas tecnologias e a sociedade atual e vão pontuar todos os campos da cultura contemporânea, não só a cibercultura, com suas comunidades virtuais. Esta socialidade maffesoliana sintetiza elementos como relativismo do

viver, grandeza e tragédia do cotidiano, peso do dado mundano, bem ou mal assumido. Para pesquisarmos o cotidiano atual dos cafés e cibercafés de Novo Hamburgo é preciso também passear pela socialidade de que nos fala Maffesoli (1998).

O conceito de socialidade foi desenvolvido por Maffesoli (1998). Esta se diferencia da sociabilidade, que está ligada a agrupamentos que têm uma função precisa, ao mesmo tempo objetiva e racional. O indivíduo insere-se numa lógica do dever ser. Já a socialidade está ligada a uma fenomenologia do social, onde os sujeitos desenvolvem agrupamentos festivos, empáticos, baseados em emoções compartilhadas em novos tribalismos, enfatiza Lemos (2002). Segundo ele, buscando embasamento no próprio Maffesoli (1998), a socialidade refere-se ao vivido, ao presente, ao estar-junto, pois marca a vida cotidiana contemporânea (LEMOS, 2002, p. 24).



Figura 10: Cotidiano da contemporaneidade – sociabilidade, socialidade, tribalismo

Fonte: Pesquisa do autor

Sociabilidade e socialidade caracterizam experiências sociais da contemporaneidade. Tribalismo, o presente, o estar-junto, no espaço físico e inclusive no ciberespaço, no cotidiano dos cibercafés e *lan houses* (Figura 10). Uma fenomenologia do social onde os sujeitos desenvolvem agrupamentos, como enfatiza Maffesoli (1998). O autor recorre ao termo “tribalismo” para designar os diversos agrupamentos que compõem a sociedade contemporânea. Estas tribos de que nos fala o autor encontramos na relação face a face e na mediada pelo computador nos cafés e cibercafés de Novo Hamburgo.

Para dar conta desse conjunto complexo, o autor propõe usar, como metáfora, os termos de “tribo” ou de “tribalismo”, sem adorná-los, a cada vez, de aspas. Ele enfatiza que pretende insistir no aspecto “coesivo” da partilha sentimental de valores, de lugares ou de ideais que estão, ao mesmo tempo, absolutamente circunscritos (localismo) e que são encontrados, sob diversas modulações, em numerosas experiências sociais (MAFFESOLI, 1998, p. 28). Maffesoli (1998) busca enfatizar no conceito de tribalismo o “estar-junto” como característica essencial da constituição dessa socialidade, em que a “partilha do sentimento é o verdadeiro cimento societal” (MAFFESOLI, 1998, p. 64). O autor faz um contraponto entre sociabilidade e socialidade ao caracterizar as experiências sociais da contemporaneidade. Segundo ele, enquanto a primeira caracterizaria as relações sociais típicas da modernidade, a segunda remete à “multiplicidade de situações, de experiências, de ações lógicas e não-lógicas” (MAFFESOLI, 1998, p. 10).

“A cibercultura não é formada pela exclusão técnica da socialidade, mas auto-organizada pela sinergia da socialidade nas diversas expressões da tecnologia contemporânea” (LEMOS, 2002, p. 282). Para ele, esta cibercultura caracteriza-se por uma atitude social de apropriação criativa (vitalista, hedonista, presenteísta) das novas tecnologias. O autor cita como exemplos que estão entre nós a febre dos jogos eletrônicos, a efervescência das agregações sociais no ciberespaço, o ativismo político de tecno-anarquistas, o hedonismo das *raves*, a potência dos vírus e o erotismo do cibersexo, etc (LEMOS, 2002, p. 282).

Segundo Lemos (2002), “a cibercultura, pela socialidade que nela atua, parece, antes de isolar indivíduos terminais, colocar a tecnologia digital contemporânea como um instrumento de novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos e comunitários” (LEMOS, 2002, p. 95). Para Lemos (2002), o fenômeno da cibercultura é explicado pelas noções que definem a socialidade contemporânea (tribalismo, presenteísmo, vitalismo, ética e estética e formismo). “A cibernsocialidade é a sinergia entre a socialidade contemporânea e as novas tecnologias do ciberespaço” (LEMOS, 2002, p. 95). A mistura inusitada das tecnologias digitais e a socialidade pós-moderna forma a cibercultura, diz Lemos (2002), buscando fundamento em Maffesoli (1998) e em Simmel (2006).

O sociólogo francês acrescenta que, conforme a época, predomina um tipo de sensibilidade ou estilo destinado a estabelecer as relações entre as pessoas. Isto dá conta da passagem da ordem política à ordem da fusão. Para Maffesoli (1998), “a primeira privilegia os indivíduos e suas associações contratuais e racionais, a segunda vai acentuar a dimensão afetiva e sensível” (MAFFESOLI, 1998, p. 102). Com uma consistência própria, uma estratégia e finalidade está o social. No entanto, do outro lado, está a massa com suas agregações de toda ordem, “tênuas, efêmeras, de contornos indefinidos” (MAFFESOLI, 1998, p. 102). Tanto a constituição do social, com seu reconhecimento teórico, como a “nebulosa” que se chama socialidade, não foram fáceis. E enfatiza o autor que “isso explica que uma pesquisa possa ser aproximativa, parcial, às vezes claudicante, como essas semelhanças a respeito das quais não se tem nenhuma certeza” (MAFFESOLI, 1998, p. 102). Para ele, “as agências informáticas, as redes sexuais, as diversas solidariedades, os encontros esportivos e musicais são todos indícios de um *ethos* em formação” (MAFFESOLI, 1998, p. 103). E afirma: “É isto que delimita esse novo espírito do tempo que podemos chamar socialidade” (MAFFESOLI, 1998, p. 103). O autor propõe a necessidade de considerarmos uma nebulosa “habitual”, ou seja, uma tendência orgiástica, dionisíaca, que existira desde sempre, mas que às vezes assume aspectos endêmicos e torna-se preeminente na consciência coletiva. Esta nebulosa “afetual” é que permite “compreender a forma específica assumida pela socialidade em nossos dias: o vaivém massas-tribos” (MAFFESOLI, 1998, p. 107). A fluidez, os ajuntamentos pontuais e a dispersão

são características do neo-tribalismo, ao contrário da estabilidade induzida pelo tribalismo clássico. É desta forma que podemos descrever o espetáculo da rua nas megalópoles modernas, diz Maffesoli (1998). Ele fala de uma ambiência estética que se constitui através de sucessivas sedimentações e onde podem ocorrer essas “condensações instantâneas”. Ele exemplifica com a imagem das auto-estradas americanas e seu tráfego, onde aquele estranho ritual e a “regularidade” dos fluxos põe fim aos destinos individuais. Nestas agregações de toda ordem, tênues, efêmeras, de contornos indefinidos, encontram-se os espaços públicos de acesso pago à Internet.

No ciberespaço, a maior parte do uso deve-se a atividades socializantes como *chats*, grupos de discussão, listas, *muds*, *icq*, entre outros. Na cibercultura, o ciberespaço é uma rede social complexa, e não somente tecnológica. Isto mostra que a tendência comunitária (tribalismo), a ênfase no presente (presenteísmo) e o paradigma estético (ética da estética) podem potencializar e ser potencializados pelo desenvolvimento tecnológico. Podemos ver nas comunidades do ciberespaço a aplicabilidade do conceito de socialidade (mas também de sociabilidade), definido por ligações orgânicas, efêmeras e simbólicas (LEMOS, 2002, p. 92). Encontramos freqüentadores dos cafés, cibercafés e *lan houses* no ciberespaço, em atividades socializantes, como nos fala o autor. Constatação feita, conforme relataremos nos próximos capítulos.

Mais uma vez aproveitando a discussão com os autores é possível jogar neste contexto os espaços públicos de acesso pago à Internet. Trata-se de uma imbricação entre a socialidade e a técnica contemporânea (transformada em instrumento convivial); aí está o que parece caracterizar a cibernsocialidade, afirma Lemos (2002). Segundo ele:

Embora a socialidade esteja presente de forma marcante nas principais expressões da cibercultura, isso não significa que esta não tenha suas práticas de sociabilidade. Sim, e muito. Todo o trabalho acadêmico, empresarial, comercial ou governamental no ciberespaço caracteriza-se por relações de sociabilidades, relações contratuais, formais, institucionalizadas (LEMOS, 2002, p. 97).

No comportamento social associado à Internet, nos cafés com wi-fi, cibercafés e *lan houses*, encontra-se o aporte teórico discutido com vários autores até esse momento. Está a socialidade e a sociabilidade, sociação, tribalismo. Também as interações mediadas, comunidades e redes, novas formas de estar junto e a mobilidade urbana. Dessa contextualização vão surgindo novas práticas sociais na problematização do cotidiano da cibercultura.

O próximo passo é sistematizar a metodologia escolhida.

3 A MULTIETNOGRAFIA

O método escolhido para esta pesquisa, inicialmente, foi a etnografia. No entanto, houve a necessidade de agregação da fotoetnografia e da netnografia, com intuito de compor o método, dando-lhe maior complexidade e tornando-o mais adequado ao próprio objeto de estudo. Ao juntar estas três propostas foi desencadeada uma nova metodologia, que esta pesquisa define como multi-etnografia. Para os levantamentos de dados etnográficos será preciso um olhar *online* e *offline* nos cafés (com wi-fi), cibercafés e lan houses na zona central de Novo Hamburgo. Seria preciso então operar, metodologicamente, dentro e fora da rede mundial de computadores. Tendo como objeto o comportamento social associado à Internet é preciso estar atento às “piscadelas” desses espaços no plano físico e no ciberespaço. A imagem pautou o século XX e chega de forma transformadora aos dias atuais. Buscar, nos ambientes propostos para a pesquisa, interações e informações minuciosas sem registrar a imagem, seria, no mínimo, um “pecado” acadêmico. Segue-se, então, pelo viés etnográfico com a aplicação técnica fotoetnográfica e netnográfica, o que leva à multi-etnografia. Antes, porém, é preciso embasamento teórico sobre esses métodos. Na seqüência será justificada e definida a multi-etnografia.

Ao buscar fundamentos teóricos para uma decisão metodológica no livro *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, notou-se que o rumo correto seria mesmo a pesquisa etnográfica, diante de alguns exemplos de etnografias sobre o mundo da comunicação. Por causa do universo que estava sendo observado e pela forma como este estudo foi se delineando, a etnografia foi se aproximando, tornando-se mais e mais adequada e necessária ao andamento do estudo. A metodologia já estava sendo construída, sem ainda ser percebida. No entanto, outras agregações se tornaram necessárias para enriquecer o método: a fotoetnografia e a netnografia. O fio condutor metodológico permanece sendo a etnografia, mas ao chegar no campo é preciso fotografá-lo. Como as pessoas estarão em frente ao computador, conectadas à Internet, também é necessário saber o destino *online*. Para isso, o suporte teórico da netnografia. Na seqüência será discutida a etnografia com alguns autores, inclusive com um relato histórico

do tema. Depois, o embasamento teórico dos agregadores (ou agregados) metodológicos, fotoetnografia e netnografia. Após, então, será apresentada a construção metodológica multietnográfica na prática.



Figura 11: A importância da fotografia na multietnografia

Fonte: Pesquisa do autor

A fotografia ganha espaço na metodologia. Aqui a ilustração, em um dos pontos de acesso pago à Internet, marca a sua importância no contexto da multietnografia, onde o recurso fotográfico segue como parte integrante da dissertação (Figura 11).

3.1 A ETNOGRAFIA

Mas o que seria exatamente etnografia? *Etno* significa, em grego, povo, raça ou grupo cultural. *Grafia* significa escrita. Etnografia é uma subdisciplina da antropologia descritiva que se dedica a compreender crenças, valores, desejos e comportamentos dos sujeitos por meio de uma experiência vivida. Conforme o dicionário Aurélio, “parte dos estudos antropológicos que corresponde à fase de elaboração de dados obtidos em pesquisa de campo e estudo descritivo de um ou de vários aspectos sociais ou culturais de um povo ou grupo social” (FERREIRA, 1999, p. 849). Nota-se a idéia de prática do ofício do antropólogo e também chama atenção para a noção de descrição de um grupo. Uma realidade, no trabalho de campo, com dificuldades, especificidades e atrativos, exigindo também rigor, disciplina, disposição e criatividade (TRAVANCAS, 2008, p. 98-108).

A etnografia não só relata o objeto empírico de investigação, uma cidade, uma cultura, uma sociedade, mas constitui a interpretação e descrição sobre o que o investigador viu e escutou. No caso deste estudo, o objeto é o comportamento social associado à Internet em espaços públicos de conexão, delimitados nos cafés (com *wi-fi*), cibercafés e *lan houses*. A intenção não é só relatar, mas descrever e interpretar as particularidades observadas nos ambientes e as entrevistas das fontes. A etnografia apresenta a interpretação problematizada do autor acerca de algum aspecto da realidade da ação humana. Adotar um enfoque etnográfico é elaborar uma representação coerente do que pensam e dizem os nativos, mas esta descrição não é nem o mundo dos nativos, nem como é o mundo para eles, mas uma conclusão interpretativa que elabora o investigador. Mas a diferença de outros relatórios, a conclusão vem da articulação entre a elaboração teórica do investigador e o seu contato prolongado com o que está pesquisando. É exatamente o que propõe este estudo. Os “nativos”, nesse caso, são representados pelo público freqüentador dos ambientes pesquisados, espaços públicos de acesso pago à Internet. O contato prolongado é outro aspecto importante. A observação dos cibercafés e *lan houses* na zona central hamburguesa já estava acontecendo desde 2007.

Foi acentuada e melhor sistematizada em 2008 e prolongou-se ao longo de 2009.

A etnografia não é apenas um método cuja prática significa mapear campos, selecionar informantes, estabelecer relações, transcrever textos, levantar genealogias. Estes são elementos importantíssimos no chamado “trabalho de campo”. No entanto, o que define a sua prática é o tipo de esforço intelectual que ela representa e que seria elaborar uma “descrição densa”. Esta seria “um processo de interpretação que pretende, e espera-se que consiga dar conta das estruturas significantes que estão por trás e dentro do menor gesto humano” (TRAVANCAS, 2008, p. 98). A prática do método também estava próxima do que estava proposto para a pesquisa. Estavam sendo mapeados os campos (como poderá ser visto no próximo capítulo). Também estava sendo feita a seleção de informantes e mantidas relações de aproximação com esses. Nas várias visitas aos espaços em estudo foram selecionados como informantes principais os proprietários, gerentes e funcionários dos cafés, cibercafés e *lan houses*. Foi mantido contato para que fosse aceita a pesquisa. Essas fontes entraram no processo como “cúmplices” do investigador. Foram passando informações captadas diante do contato diário no local, como também começaram a dar importância aos mínimos detalhes do que acontecia nos ambientes, com o propósito de relatar ao pesquisador, já que este não podia ficar 24 horas em todos os locais. A intenção também foi dar conta dos menores gestos, *online* e *offline*, dos freqüentadores dos espaços.

Travancas (2008) acrescenta que uma simples piscadela pode ter significados distintos. Pode ser um sinal de paquera, pode ser um código entre pessoas ou ainda um tique nervoso. O papel do etnógrafo é sair da descrição superficial. É compreender como as piscadelas são produzidas, percebidas, interpretadas pelos pesquisados. Com relação aos informantes, esta pesquisa também se apropriou do embasamento de James Clifford (1998).

Os discursos etnográficos não são, em nenhuma instância, fala de personagens inventados. Os informantes são indivíduos específicos com nomes próprios reais – nomes que podem ser citados de forma modificada quando necessário (CLIFFORD, 1998, p. 55).

Conforme o autor, “uma maneira cada vez mais comum de realizar a produção colaborativa do conhecimento etnográfico é citar os informantes extensa e regularmente” (CLIFFORD, 1998, p. 54). Nesta pesquisa também, assim como enfatiza Clifford (1998), os informantes (proprietários, gerentes, funcionários e clientes dos cafés, cibercafés e *lan houses*) são reais e têm nomes próprios. Durante a observação e entrevistas buscou-se esta produção colaborativa de que fala o autor. Alguns, como proprietários e gerentes, são identificados, até para dar maior credibilidade à pesquisa. Os demais, principalmente os clientes, não são identificados por nomes para que as particularidades destes espaços e suas histórias pudessem ser explicitadas.

A etnografia é uma pesquisa qualitativa que lida com dados diversos, que mobilizam diferentes sentidos de métodos quantitativos ou mesmo os qualitativos mais objetivos, retilíneos, baseados em geral na entrevista. Leva em conta toda a profusão das informações e impressões.

Como os modos de perquirição não se apóiam num esquema fechado, na etnografia se está sempre no encaço de pistas, mas sem a distância do detetive, embora a aventura de juntar as peças – de um conjunto de fatos sempre incompleto – não seja estranha ao etnógrafo (CAIAFA, 2007, p. 139).

Conforme Janice Caiafa (2007, p. 139), na situação de observação-participante, o etnógrafo também produz matéria de pesquisa, o que faz parte de “mais uma faceta do material irregular desse método-pensamento”.

3.1.1 História do Trabalho Etnográfico

Antes de continuar a relatar as particularidades etnográficas construídas no processo desta pesquisa é preciso uma breve história do trabalho de campo etnográfico, conforme relata Rosana Guber (2001). Segundo a autora, a história do trabalho de campo etnográfico se associa, em antropologia, ao estudo das culturas exóticas, e em sociologia, aos segmentos marginais da própria sociedade. Segundo ela, a tradição antropológica britânica e norte-americana modelou a prática etnográfica nas demais ciências sociais durante o século XX. Desde o século XV, com a expansão imperial europeia e a invenção da imprensa, a novidade de distintas formas de vida humana circulava nos livros que eram comprados pelas sociedades de sábios das metrópoles, nos núcleos de gente “cultura” e nas colônias das novas nações. O processo era paralelo à botânica e à zoologia que, desde o século XVIII eram modelos da ciência social. Contudo, a reflexão sobre a diversidade de formas da vida humana não abandonou a especulação filosófica até o final do século XIV.

A Inglaterra foi o lugar dos “pais da antropologia”. Nativos das leis e das humanidades, estes etnólogos buscavam descrever informações sobre as culturas remotas e selvagens e o fio comum da história humana. Estabeleciam leis de evolução humana e difundiam propriedades culturais, segundo os paradigmas dominantes a partir dos estudos do homem e das ciências naturais, culturas que representavam o passado da humanidade. Evolucionismo e transmissões divergiam sobre se culturas humanas respondiam de forma diferente para uma velocidade de evolução, mas não colocavam em questão o pressuposto de que essas culturas representavam o passado da humanidade. Para fundamentar suas teorias precisaram de grandes quantidades de informação e artefatos exibidos em museus. A lógica desses grupos surgiu a partir do material trazido pelos viajantes e questionários sobre estilos de vida dos selvagens. Em 1888, o zoólogo Alfred C. Haddon organizou a primeira expedição antropológica de Cambridge ao Estreito de Torres na Oceania para obter material sobre os costumes dos aborígenes. Os métodos eram da ciência experimental. Mas a que transcendeu a história do trabalho de campo foi a

segunda expedição, que também dirigiu Haddon, em 1898 e 1899. Na equipe figurava W. H. R. Rivers, psicólogo, que lançou as bases do método genealógico. Esse método consistia em padrões de pesquisas, muito diferentes dos ocidentais, através de alianças e filiações. Quando, em 1913, aplicou este método na Índia, Rivers enunciou o que se converteria no princípio vertebral do trabalho de campo (GUBER, 2001, p. 26).

No entanto, buscando embasamento em James Clifford (1998), até o fim do século XIX, nada garantia o etnógrafo como melhor intérprete da vida nativa, do que o viajante, ou o missionário ou administrador. Esses haviam estado no campo por muito mais tempo e tinham melhor contato e habilidade com a língua nativa. O desenvolvimento do pesquisador de campo na América é significativo neste período, diz o autor. Foi criada uma forma particular de autoridade e cientificamente validada, ao mesmo tempo que baseada numa singular experiência pessoal.

No entanto, Travancas (2008) diz que a diferença é o eixo central que caracteriza a disciplina Antropologia. Sua história foi escrita por viajantes que estudavam sociedades exóticas, distantes e primitivas, como Malinowski. Ele é conhecido como o “pai da antropologia”, porque foi pioneiro em elaborar um método de pesquisa inovador: o trabalho de campo. Sua primeira experiência aconteceu entre os mailu em 1914, na Melanésia. Ele conviveu com os habitantes das ilhas Trobriand durante vários anos e escreveu um livro, clássico da Antropologia – *Os Argonautas do Pacífico Ocidental*, no qual desenvolve quase uma teoria sobre o que é o trabalho de campo e como este deve ser realizado. Malinowski deixa claro que mergulhar na cultura do outro, por períodos extensos de convivência íntima, é a única maneira do antropólogo conhecer e entender uma cultura específica (TRAVANCAS, 2008, p. 99).

Clifford (1998) acrescenta que, durante a década de 20, Malinowski desempenhou um papel central na legitimação do pesquisador de campo. “O que emergiu durante a primeira metade do século XX com o sucesso do pesquisador

de campo profissional foi uma nova fusão de teoria geral com pesquisa empírica, de análise cultural com descrição etnográfica” (CLIFFORD, 1998, p. 23).

Uma divisão mais antiga entre o sociólogo e o antropólogo na metrópole foi substituída pelo teórico-pesquisador de campo. Essa divisão variava em diferentes nações tradicionais, conforme Clifford (1998). Antes de Malinowski, Radcliffe-Brow e Mead, prevalecia uma economia bem diferente do conhecimento etnográfico. Eles estabeleceram com sucesso a norma do *scholar* treinado na universidade, testando e fazendo teoria a partir de pesquisa de primeira mão. Alguns, antes, se limitavam a generalizações de pequeno alcance e à compilação de um conjunto de informações, explica o autor. Os novos pesquisadores de campo se distinguiam nitidamente dos anteriores (viajante, missionário, administrador, comerciante) que não informavam pelas melhores hipóteses científicas ou por uma suficiente neutralidade. Escritores como J.F. McLennan, John Lubbock e E. B. Tylor, antes do surgimento da etnografia profissional, tentaram controlar a qualidade dos relatos de suas sínteses antropológicas. Eles fizeram por meio de roteiro. Já Tylor foi através de cultivo de relações prolongadas com pesquisadores sofisticados no campo. Ele estimulou a coleta sistemática de dados etnográficos por profissionais qualificados, após 1883, como professor de Antropologia em Oxford. Tylor participou ativamente do comitê sobre as tribos do noroeste do Canadá. O primeiro agente do comitê foi E. F. Wilson, depois substituído por Boas, um físico em processo de mudança para etnografia profissional. Esta substituição marca uma importante fase no desenvolvimento do método etnográfico britânico, relata Clifford (1998), buscando embasamento em George Stocking. A coleta de dados era feita por cientistas naturais treinados na academia. Esses definiam-se a si mesmos como antropólogos. Na década de 1890 houve a emergência de outros pesquisadores de campo que eram cientistas naturais, o que colocou o movimento no caminho da etnografia profissional. Já elaboravam de modo mais articulado os componentes empírico e teórico da pesquisa antropológica. Essa “geração intermediária” de etnógrafos não vivia num só local por um ano ou mais. Não falavam como se fizessem parte daquela cultura, mas mantinham a atitude observadora e documentária (CLIFFORD, 1998, p. 23-26).

O etnógrafo e o antropólogo, antes do final do século XIX, eram personagens distintos, conta Clifford (1998). O primeiro era o que descrevia e traduzia os costumes e o segundo era o construtor de teorias gerais sobre a humanidade. A imagem do novo “antropólogo” chega com Malinowski, olhando, ouvindo, registrando, interpretando a vida trobriandesa. No primeiro capítulo do livro *Os Argonautas*, escrito por ele, está o estatuto literário desta nova autoridade, com suas fotografias da tenda do etnógrafo, armada entre as casas da aldeia de Kiriwina. A ajuda metodológica para o novo modelo surge com *Andaman Islanders*, de Radcliffe-Brow. Os dois livros têm uma diferença de publicação de pouco mais de um ano. Embora com estilos de trabalho de campo distintos, os dois autores forneceram argumentos para a autoridade especial do antropólogo-etnógrafo. Malinowski mostra nas suas notas para a introdução de *Os Argonautas* que estava preocupado em convencer seus leitores de que os fatos eram objetivamente adquiridos, não criações subjetivas. O livro trata-se de uma complexa narrativa, simultaneamente sobre a vida trobriandesa e sobre o trabalho de campo etnográfico. “Ela é arquetípica do conjunto de etnografias que com sucesso estabeleceu a validade científica da observação participante” (CLIFFORD, 1998, p. 27).

O novo teórico-pesquisador de campo, na década de 20, desenvolveu um novo gênero científico e literário, segundo Clifford (1998), uma descrição cultural sintética baseada na observação participante. Surgem inovações, que Clifford (1998) coloca da seguinte forma: foi legitimada a persona do pesquisador, tanto pública como profissionalmente. As modernas técnicas analíticas e modos de explicação científica serviam de treinamento para o etnógrafo. O profissional podia afirmar ter acesso ao cerne de uma cultura mais rapidamente, entendendo suas instituições e estruturas essenciais. O etnógrafo do novo estilo podia “usar” as línguas nativas mesmo sem dominá-las. A estadia no campo raramente excedia a dois anos. O poder de observação marca com acentuada ênfase a nova etnografia. O observador-participante emergiu como uma norma de pesquisa. O trabalho de campo mobilizava uma variedade de interações, mas o destaque era dado ao visual e a interpretação dependia da descrição. O pesquisador podia ir atrás de dados selecionados que permitiriam a construção de um arcabouço central. Algumas abstrações teóricas prometiam auxiliar aos

etnógrafos acadêmicos a chegar a uma cultura mais rapidamente, sem levar anos para conhecer os nativos, seus complexos e hábitos. O novo etnógrafo podia focalizar tematicamente algumas instituições específicas. A intenção não era um completo inventário ou descrição de costumes, mas chegar ao todo através de uma ou mais de suas partes. Essas eram concebidas como microcosmos ou analogias do todo. Os todos, assim representados, tendiam a ser sincrônicos, produtos de uma atividade de pesquisa de curta duração. O pesquisador de campo operava de modo intensivo, traçando o perfil do que se convencionou chamar de “presente etnográfico”. “Estas inovações serviram para validar uma etnografia eficiente, baseada na observação participante científica” (CLIFFORD, 1998, p. 31).

Antes de 1920, a chamada etnografia de varanda era considerada adequada e suficiente, diz Mariza Peirano (1995). Os antropólogos da época (fisiologistas, psicólogos experimentais, lingüistas) coletavam dados nas sociedades primitivas em contexto hoje chamado de antropologia de gabinete. Sentavam-se, geralmente na varanda da casa de um oficial ou missionário da colônia, ou em navio em trânsito local, e os nativos selecionados ficavam enfileirados, esperando a sua vez para responder os dados solicitados. Naquela época se chamou privadamente os nativos de *niggers* – como Malinowski fez em seus diários, e a atividade da pesquisa era conhecida como *niggering*. A autora questiona afirmando que as águas não estão tão passadas. Cita que recentemente no Brasil (é preciso considerar o ano do livro, 1995) reuniram nativos em uma sala de universidade para pesquisar. Peirano (1995) ainda coloca o exagero no termo pesquisa de campo, quando exemplifica com pesquisadores que freqüentam reuniões de condomínios do grupo que estão estudando (PEIRANO, 1995, p. 38).

Outros aspectos históricos do surgimento do trabalho etnográfico podem ser encontrados com Janice Caiafa (2007). Diversos indivíduos, ilustres ou não, se encontravam em distanciamento geográfico e cultural e fizeram relatos de suas viagens. Esses colaboraram para o surgimento da etnografia, conforme argumenta Caiafa (2007). Eram, segundo a autora, viajantes, missionários,

administradores que conviviam com grupos não-ocidentais e produziam narrativas sobre suas experiências. Mas, explica Caiafa (2007), que a etnografia é ao mesmo tempo um tipo de investigação e um gênero de escritura que se desenvolveu na tradição antropológica. Para dar conta de alguma forma dos eventos observados, esses primeiros etnógrafos colaboram para que floresça a etnografia nas ciências sociais pela mão da antropologia. Mas também termina, em certa medida, em relato literário de proezas e viagens. E a autora cita *Robinson Crusóé*, de Daniel Defoe, baseado num fato real e num relato documental do protagonista. A etnografia que se desenvolveu entre os antropólogos guardou muitos aspectos dessas fronteiras, explica Caiafa (2007). Mas a etnografia se tornou uma atividade do antropólogo somente no final do século XIX. Caiafa (2007) busca em Stocking Jr. a sustentação de tal afirmação. Ele descreve como até então o antropólogo se utilizava de relatos missionários e a etnografia não era percebida como empreendimento profissional. Mas esta oposição entre missionários e antropólogos é moderna e foi estabelecida por Boas e Mallinowski. Os dois haviam sido treinados nas ciências naturais e se tornado antropólogos. Foi com a geração do físico alemão que se fez antropólogo, Franz Boas, que a etnografia se tornou um método “antropológico” e seus praticantes passaram a ser aqueles com formação acadêmica. Toda uma geração de “naturalistas etnógrafos” foi importante na reunião da pesquisa empírica com a teoria antropológica e abriu caminho para a etnografia científica. Bronislaw Malinowski, com suas pesquisas no início do século XX, teve um papel crucial neste contexto. Foi com ele que a etnografia adquiriu as características de investigação que conhecemos na atualidade e que a caracterizam como método. A partir dele é que a pesquisa etnográfica se estabeleceu como uma atividade de trabalho de campo intensivo numa certa área específica e envolvendo a experiência pessoal do etnógrafo (CAIAFA, 2007, p. 135).

Buscando novamente embasamento em Travancas (2008), a etnografia é entendida como um método de pesquisa qualitativa e empírica, faz parte do trabalho de campo do pesquisador, e apresenta características específicas. Não é o tipo de pesquisa que pode ser feita em um período muito curto, segundo a autora. Ela acrescenta que é fundamental, em uma etapa anterior à etnografia propriamente dita, um levantamento bibliográfico sobre o tema, com leituras de

clássicos e de outros contemporâneos. Esta etapa havia sido feita para esta pesquisa. Mesmo antes da definição do método. Na verdade foi uma das situações que aproximou a etnografia do presente estudo que já estava sendo realizado. Desde 2007, vários autores estavam sendo lidos para embasamento teórico. Conforme Travancas (2008), o pesquisador precisa estar “iniciado” no tema (TRAVANCAS, 2008, p. 100).

É preciso, na seqüência, entrar no campo e relatar como é feito este trabalho.

3.1.2 O Trabalho de Campo

James Clifford, no livro *A Experiência Etnográfica: antropologia e literatura no século XX* (CLIFFORD, 1998), afirma que o trabalho de campo etnográfico permanece como um método notavelmente sensível. A prática da etnografia mantém certo status exemplar, diz o autor, como meio de produzir conhecimento a partir de um intenso envolvimento intersubjetivo. Tanto em termos físicos, quanto intelectuais, a observação participante obriga seus praticantes a experimentar as vicissitudes da tradução. Ela requer um grau de envolvimento direto e conversação. Clifford (1998) ainda menciona que há um mito do trabalho de campo e que a experiência real, cercada pelas contingências, raramente sobrevive a este ideal. Ele acrescenta que se o trabalho de campo foi durante algum tempo identificado com uma disciplina singularmente ocidental e uma ciência totalizante, a “Antropologia”, tais associações não são necessariamente permanentes. “O desenvolvimento da ciência etnográfica não pode, em última análise, ser compreendido em separado de um debate político-epistemológico mais geral sobre a escrita e a representação da alteridade” (CLIFFORD, 1998, p. 20).

Quando Clifford (1998) trata da autoridade etnográfica diz que é possível marcar em linhas gerais um período entre 1900 e 1960 em que uma nova concepção de pesquisa de campo se estabeleceu como norma para a

antropologia americana e europeia. O trabalho de campo realizado por especialistas treinados na universidade, intensivo, surgiu como uma fonte legitimada de dados sobre povos exóticos. Ressalta o autor que não se trata da dominância de um único método de pesquisa. Clifford (1998) faz uma referência histórica e conta que:

A hegemonia do trabalho de campo foi estabelecida nos Estados Unidos e na Inglaterra antes de forma mais difusa do que na França. Os exemplos pioneiros de Franz Boas e da expedição ao estreito de Torres foram seguidos apenas bem mais tarde pela fundação do *Institut d'Ethnologie* em 1925 e pela famosa Missão Dakar-Djibouti de 1932 [...] Apesar disso, em meados da década de 30 já se pode falar de um consenso internacional em desenvolvimento: as abstrações antropológicas, para serem válidas, deviam estar baseadas, sempre que possível, em descrições culturais intensivas feitas por acadêmicos qualificados. Neste momento, o novo estilo havia se tornado popular, sendo institucionalizado e materializado em práticas textuais específicas (CLIFFORD, 1998, p. 21).

O autor segue o questionamento de como uma experiência etnográfica se transforma num relato escrito e legítimo. Como, passando por relações de poder e propósitos pessoais, pode ser apresentada uma versão adequada de um “outro mundo” composta por um autor individual? A resposta de Clifford (1998) é que “a etnografia está, do começo ao fim, imersa na escrita”. Esta, segundo ele, inclui, no mínimo, uma tradução da experiência para a forma textual. Muitos aspectos estão acima do controle do escritor, o que torna o processo complicado pela ação de múltiplas subjetividades e constrangimentos políticos.

Em resposta a estas forças, a escrita etnográfica encena uma estratégia específica de autoridade. Essa estratégia tem classicamente envolvido uma afirmação, não questionada, no sentido de aparecer como a provedora da verdade no texto (CLIFFORD, 1998, p. 21).

O aspecto marcante e definidor da pesquisa etnográfica é a experiência de campo. Cultivar um dia-a-dia com aqueles sobre quem se vai escrever,

participar em parte do que se observa e se quer elucidar, têm sido atividades inseparáveis do empreendimento etnográfico. Embora tenha se desenvolvido em determinações teórico-disciplinares e políticas, o trabalho de campo permanece um legado muito vigoroso do pensamento antropológico.



Figura 12: A observação-participante

Fonte: Pesquisa do autor

O dia-a-dia no campo foi marcante para a construção desta pesquisa, vivenciando dificuldades e apreciando novidades (Figura 12). Conforme Caiafa (2007), o estranhamento não é dado, é algo que se atinge, é um processo de trabalho de campo. É preciso estar disponível para a exposição à novidade, quer se a encontre muito longe ou na vizinhança.

Caiafa (2007) questiona: o que constitui de fato um “campo”? O assunto tem levado a tentativas de redefinição. A pesquisa caracteristicamente oferece atrito, que traz novidade, impulsiona o pensamento. Segundo a autora, essa

seria a dificuldade que estaria em jogo no trabalho de campo. O que é específico da pesquisa etnográfica é que essa dificuldade é trazida para o dia-a-dia e vivenciada pelo pesquisador. É uma vivência de outros também, já que envolve diferentes aspectos e percepções presentes no campo.

Observemos ainda que com essa busca do estranho vêm ao mesmo tempo os riscos da exotização, da confecção de ‘nativos’, de ‘outros’ estereotipados, não importando onde se escolheu descobri-los (CAIAFA, 2007, p. 148).

Na pesquisa etnográfica é o campo que traz a possibilidade de desfamiliarização. E segue a autora: “[...] O trabalho de campo é um tipo de viagem – pela inquietação com outras experiências, pelo desejo de encontrar desconhecidos, pela disponibilidade para se expor a esse tipo de dificuldade, à novidade, à diferença” (CAIAFA, 2007, p. 148). Neste estudo podemos considerar as pessoas nos espaços públicos de acesso à Internet como os “nativos” que serão observados. E nestes ambientes a meta é descobrir a novidade, a diferença, em um tipo de viagem, buscando elementos *online* e *offline*. Não é um distanciamento geográfico grande, mas não importa a distância percorrida. Isso é constatado com o que Caiafa (2007) acrescenta, diante dos estudos das sociedades urbanas atualmente:

A idéia de disponibilidade para qualificar a atitude de campo pode ser retomada: é preciso estar disponível para a exposição à novidade, quer se a encontre muito longe ou na vizinhança. Trata-se de uma atitude que se constrói no trabalho de campo. É que o estranhamento não é dado, é algo que se atinge, é um processo de trabalho de campo. A viagem *sur place* é a que não exige movimento e envolve a relação com a diferença, a acolhida da novidade que aquele outro território oferece, daquilo que não estava previsto. A viagem de campo é imóvel, viagem da diferença, não importando a distância percorrida (CAIAFA, 2007, p. 149).

A Antropologia não seria mais a mesma depois da chamada Escola de Chicago, diz Travancas (2008). O nome é dado a um grupo de professores e

pesquisadores da Universidade de Chicago que surge nos Estados Unidos, nos anos 1920, e que, ao longo de algumas décadas, trazem uma série de contribuições à sociologia, psicologia social e ciências da comunicação. Um grupo de cientistas sociais, no início do século XX, vai direcionar suas pesquisas de perspectiva multidisciplinar para os grandes centros urbanos. Sociedades, distintas e distantes, não serão mais alvo exclusivo dos pesquisadores. Os trabalhos passam a ser desenvolvidos sobre a cidade, os bairros, os habitantes, as profissões. O trabalho de campo passará a ser realizado de outra forma. Os temas são ampliados e as dificuldades passam a ser outras. Não será preciso mais viajar para locais longínquos para encontrar os “nativos” ou aprender uma nova língua. Neste ponto, a pesquisa etnográfica se aproxima do presente estudo que é realizado na zona central de Novo Hamburgo. Muitos significados da vida cotidiana serão partilhados com seus informantes, acrescenta Travancas (2008). Ela busca fundamento em Roberto DaMatta, que diz que a experiência do trabalho de campo acontece a partir do deslocamento do pesquisador em relação à sua própria sociedade. O autor tenta aproximar o “exótico em familiar” (encontro do pesquisador com a sociedade do “outro”) e o “familiar em exótico” (o antropólogo decide pesquisar a sua própria cidade). Esta pesquisa, nos cibercafés, *lan houses* e cafés (com *wi-fi*), foca sua atenção nesse segundo movimento, quando o pesquisador observa a sua própria sociedade. “Com outros olhos, com olhos de um estrangeiro, em busca de significados” (TRAVANCAS, 2008, p. 100).

Quando o etnógrafo se permite ocupar uma posição central, diz Caiafa (2007), não há estranhamento ou acolhida da diferença, quando essa centralidade marca a sua vivência subjetiva e a sua posição discursiva. “O estranhamento que se obtém no trabalho de campo é um processo, um fator de situação, uma qualidade que pode ser atingida, e esse sucesso depende de um conjunto de acontecimentos e presenças no campo” (CAIAFA, 2007, p. 149). Muitos vão, hoje, estudar exatamente o grupo a que pertencem, enfatiza a autora.

Os excessos de proximidade colocam novas interrogações. É preciso questionar se o estranhamento sobreviveria tão próximo da identidade. Há diferentes graus dessa limitação identitária. Quando o etnógrafo é um deles, um dos “outros”, há um desafio disciplinar de atitude do pesquisador no campo que tal requisito implica. Como estipular uma distância ou uma proximidade? Conforme Caiafa (2007), não há uma resposta definitiva. Mas alguns pontos devem ser observados.



Figura 13: Entrevista no campo – pesquisador insider

Fonte: Pesquisa do autor

A pesquisa pode ser bem-sucedida, tanto na situação de distância cultural ou geográfica, como no caso do pesquisador *insider* (Figura 13), segundo Caiafa (2007). Mas é preciso não estipular regras, alerta a autora, porque há muitos diferentes fatores que concorrem em uma situação de pesquisa, bem como estilos de etnografia. Como estipular uma distância ou uma proximidade? Conforme Caiafa (2007), não há uma resposta definitiva. Mas é

preciso agenciamento, que para ela é um tipo de arranjo ou conexão. A ilustração do pesquisador no campo mostra exatamente a construção dessa conexão, que é descrita durante a dissertação.

Entra aqui um conceito muito fértil para a discussão, criado por Deleuze e Guattari, que é o conceito de *agenciamento*. A autora entende-o como um arranjo, um tipo de conexão. Os dois autores preferem a expressão em contraste à “estrutura”. Caiafa (2007) inclui aqui as tendências interpretativas de vários tipos, as diversas “semióticas significantes”. Enquanto as estruturas estão associadas a “condições de homogeneidade”, os agenciamentos envolvem sempre componentes heterogêneos. Eles são multiplicadores que ligam os elementos mais diversos. São datados, transitórios e sempre em relação com um limiar que, atingido, promove uma virada, uma mudança. “Ligando a enunciação ou os regimes de signos e as ações e paixões no campo social ou os jogos de corpos, estão agenciamentos concretos. O discursivo, portanto, está constantemente agenciado ao não-discursivo” (CAIAFA, 2007, p. 152). A única unidade do agenciamento, para Deleuze, diz Caiafa (2007), é o “cofuncionamento” ou também chamado pelo autor de “simpatia”. Na linguagem e na vida estamos sempre nesse regime de conexão, de falar “com”, agir “com”, escrever “com”. A simpatia é essa composição de corpos (físicos, psíquicos, sociais, verbais, etc). É o afeto que nos permite entrar com ligação com os heterogêneos que nos cercam. A autora acrescenta que tomar a experiência de campo como agenciamento é um caminho interessante. Segundo ela, o etnógrafo é um componente desses agenciamentos, também com suas especificidades (CAIAFA, 2007, p. 153).

Travancas (2008) retoma o caminho da etnografia mostrando etapas necessárias. A primeira é o levantamento bibliográfico e a leitura do material coletado. Assim foi feito para esta pesquisa, já em 2007, ampliando em 2008, com as bases teóricas oferecidas pelo mestrado da Unisinos. A segunda etapa é a elaboração de um diário ou caderno de campo, onde serão anotados os motivos que levaram o pesquisador a escolher aquele tema, perguntas sobre o assunto. Funciona como registro de tudo o que é observado.

O caderno de campo tinha inúmeras funções. O gravador hoje exerce uma função que era exclusiva do caderno: registrar entrevistas, eventos, conversas, músicas, liberando, em muitos aspectos, o olhar do pesquisador para o que está acontecendo ao redor (TRAVANCAS, 2008, p. 101).

Esta pesquisa optou pelo gravador para entrevistas mais extensas, com muitas particularidades descritivas. Durante as interrogações mais rápidas, geralmente com o público dentro dos cibercafés e *lan houses*, no momento da interação mediada por computador, foram feitos apontamentos escritos. E a terceira etapa a autora nomeia como a entrada no campo. É a inserção do pesquisador no grupo. “E aí encontraremos uma infinidade de possibilidades e variáveis que na realidade estão mais relacionadas ao universo do pesquisado do que ao método propriamente dito” (TRAVANCAS, 2008, p. 101). Esta afirmativa da autora foi se confirmando praticamente durante toda a pesquisa. O universo dos ambientes pesquisados na zona central de Novo Hamburgo foram apresentando particularidades que construíram o método, como será possível perceber nos próximos capítulos.

No livro *A Favor da Etnografia*, Mariza Peirano (1995) diz que na pesquisa de campo não há cânones, embora existam algumas rotinas comuns. Diante disso, diz a autora, talvez não se possa ensinar a pesquisa de campo como se ensinam outras ciências sociais, com métodos estatísticos, aplicação de questionários. Na antropologia, a pesquisa depende da biografia do pesquisador, das opções teóricas, do contexto histórico mais amplo e das imprevisíveis situações no dia-a-dia da pesquisa. Acrescenta a autora que tal fato não impede que a etnografia seja um conhecimento disciplinar, coletivo, socialmente reconhecido e teoricamente em transformação. O profundo impacto da pesquisa de campo sobre o etnólogo ainda não recebeu a devida atenção. Isto é percebido na frequência com que muitos antropólogos renunciam à pesquisa, antes ou logo após o início. Como o trabalho de campo era realizado longe de casa, essa desistência fazia com que o pesquisador fosse estigmatizado como incapaz de enfrentar a experiência com o exótico. Conforme Peirano (1995), no meio acadêmico brasileiro tais casos são particularmente problemáticos, porque

geralmente estudamos a nós mesmos. E, segundo, a ‘diferença’ é construída às avessas: “geralmente estamos nos perguntando qual a nossa especificidade, em que somos peculiares, o que nos separa e nos distingue” (PEIRANO, 1995, p. 53).

Já dentro do campo é preciso instrumentos importantes para a coleta de dados. Travancas (2008) enumera dois: as entrevistas abertas e em profundidade e a “observação participante”. A autora diz que “ousaria afirmar que a Antropologia é uma ciência de escuta”. O cerne do trabalho está em ouvir “os nativos”. Segundo ela, o antropólogo não aponta equívocos, determina verdades, não indaga por que as coisas são diferentes. O importante é ouvir e procurar entender quais são as verdades para aqueles “nativos”. “Todas as informações são importantes, em menor ou maior grau, porque ajudam na compreensão do entrevistado, ou do grupo, bem como da lógica de sua cultura” (TRAVANCAS, 2008, p. 102).

3.1.3 Entrevista e Observação Participante

A característica central do trabalho de campo legitimado por Malinowski é colocar-se em uma situação em que poderá ter certo tipo de experiência, conforme explica Janice Caiafa (2007). Antes prevalecia a atitude da observação distanciada e com objetivos documentais, mesmo a etnografia já estando nas mãos de antropólogos.

É a observação participante, com Malinowski, que vai marcar a pesquisa etnográfica não só como tarefa científica, dissociando-a do trabalho do missionário e do funcionário colonial, mas também como o aspecto definidor do empreendimento antropológico (CAIAFA, 2007, p. 136).

Conforme a autora, a observação participante exige contato direto e certo tipo de envolvimento. Ela aproxima a investigação das aventuras da viagem e

isso é o que se observa até hoje nas pesquisas etnográficas. Mas desde a constituição de um método etnográfico há imposições disciplinares. Segundo ela, muitas vezes, já inclusive com Malinowski, as interpretações do autor, calcadas em compromissos teóricos e disciplinares, se sobrepõem à riqueza da experiência de campo. Outro aspecto consagrado pelo autor foi a ênfase na análise sincrônica das culturas. O autor descrevia com riqueza de detalhes, à luz das teses funcionalistas, as instituições sociais pesquisadas, recortando em um presente que se reduzia a sua presença no grupo. Os desafios em avançar a estas limitações iniciais vêm oferecendo produtivas discussões para novos experimentos etnográficos.



Figura 14: O etnógrafo deixa-se afetar

Fonte: Pesquisa do autor

Caiafa (2007) diz que no trabalho de campo há uma produção subjetiva que pode ser interessante para a pesquisa, quando o etnógrafo deixa-se afetar (Figura 14). Ela não indica, mas cita casos em que o antropólogo vira “nativo”.

Desta forma é possível compreender melhor, segundo Caiafa (2007), a expressão “observação participante”. Essa expressão tão conhecida e mencionada é reavivada à luz de co-funcionamento ou simpatia. Essa impede o distanciamento asséptico e julgador e ao mesmo tempo cria uma aproximação sóbria. Temos uma observação investigadora e afetiva. Com esse embasamento teórico é que o pesquisador se lançou ao campo.

“Observar-participar é estar lado a lado e de forma atuante, mas na justeza das preocupações da pesquisa – em suma, uma forma especial de acompanhar. A observação participante é uma atividade de simpatia” (CAIAFA, 2007, p. 156). Prossegue a autora, afirmando que a entrevista, embora seja um procedimento mais formal, é também usada no trabalho de campo. Para ela, mesmo em uma forma mais limitada de pergunta-resposta, é desejável um processo de simpatia. O etnógrafo participa do que investiga e tem sempre algo a ver com quem convive e que pode também entrevistar. A autora alerta contra a posição de distanciamento julgador e quanto à identificação ou confusão com o outro. Para Caiafa (2007), o recurso central na pesquisa etnográfica é o diário ou as notas de campo. “São impressões do pesquisador, seu relato direto da observação-participação” (CAIAFA, 2007, p. 156). Ela ainda acrescenta que muitos etnógrafos usam o gravador para registrar as entrevistas, o que depende de decisões metodológicas. No entanto, é preciso lidar criativamente com esta questão, porque é certo que o gravador vai modificar as relações no campo (CAIAFA, 2007, p. 156).

Para o contínuo vaivém entre o “interior” e o “exterior” dos acontecimentos a observação-participante serve como fórmula. Através da empatia capta o sentido de ocorrências e gestos específicos. Também dá um passo atrás para situar esses significados em contextos mais amplos. Conforme Clifford (1998), a observação-participante pode ser uma fórmula paradoxal e enganosa, se entendida de modo literal. No entanto, acrescenta o autor, pode ser considerada seriamente se reformulada em termos hermenêuticos, como uma dialética entre experiência e interpretação. Os mais persuasivos defensores do método, o reelaboraram, na tradição que vem de Wilhelm Dilthey, passa por

Max Weber e chega até os antropólogos dos “símbolos e dos significados”, como Clifford Geertz. Conforme Geertz, o domínio da língua foi definido com um nível adequado para reunir um conjunto pequeno de dados em um determinado período de tempo. As tarefas da transcrição textual foram relegadas a um segundo plano. O trabalho de campo estava centrado na experiência do *scholar* que observava-participava. A imagem era de um estranho entrando em uma cultura, sofrendo um tipo de iniciação (aceitação e empatia, implicando algo próximo da amizade). Desta experiência surgia um texto representacional, escrito pelo observador-participante. Segundo Clifford (1998), esta versão da produção textual obscurece tanto quanto revela. Mas para o autor é preciso considerar que a experiência do pesquisador pode servir como uma fonte unificadora da autoridade no campo. “A autoridade está baseada numa ‘sensibilidade’ para o contexto estrangeiro, uma espécie de conhecimento tácito acumulado, e um sentido agudo em relação ao estilo de um povo ou de um lugar” (CLIFFORD, 1998, p. 34). Nos textos dos primeiros observadores-participantes profissionais, este requisito é frequentemente explícito. A ênfase de Malinowski em sua vida na aldeia é um dos exemplos destacados.

Travancas (2008) quando trata da observação participante vai diretamente ao ponto de que o termo significa que o cientista social não se coloca ingenuamente, ou pelo menos não deveria se colocar, em relação a sua presença no grupo. O pesquisador deve estar atento ao seu papel no contexto e saber que está observando e sendo observado. Sua presença pode alterar a rotina do local. Mas a autora enfatiza que isto não quer dizer que ele não deva ou não possa participar. Tudo depende da sensibilidade do pesquisador. Não há um código rígido de comportamento ou uma regra, argumenta a autora. Ela cita o exemplo do antropólogo Hermano Vianna que, ao estudar os bailes *funks* cariocas, sempre era convidado para dançar e sempre recusava. O antropólogo não dançou, mas registrou a reação de seus “nativos” quanto a sua decisão. Travancas (2008) também recorre à antropóloga Ruth Cardoso (1998), que discute o envolvimento do pesquisador com o grupo pesquisado. É fundamental que a observação participante não se torne uma “participação observante”. Não deve o pesquisador deixar de lado o seu compromisso profissional e ético colocando-se na defesa do grupo, como seu porta-voz. Ela acrescenta que os

dados são formas objetivas e têm vida própria, embora haja um enorme espaço para a subjetividade do cientista social neste tipo de pesquisa (TRAVANCAS, 2008, p. 103).

Toda boa etnografia precisa ser tão rica que possa sustentar uma reanálise dos dados iniciais, afirma Peirano (1995). Há aqui também a necessidade de expor essa possibilidade. É sempre bem-vinda uma reaproximação teórica que desperte, inclusive, novos autores e métodos complementares. O que pode acontecer a qualquer momento no andar da pesquisa. O passo seguinte tem o objetivo de firmar o que, até então, foi proposto neste capítulo como método etnográfico. O estudo entra nos espaços delimitados e, diante de observação-participante e outras técnicas, confirma a possibilidade de calcar na prática a teoria que foi buscada nos diversos autores.

3.2 FOTOETNOGRAFIA

É necessário buscar embasamento também na fotoetnografia e mostrar a importância da fotografia para o resgate etnográfico. A história mostra muitas conexões entre a fotografia e a etnografia. Luiz Eduardo Achutti (1997), em sua dissertação de Mestrado em Antropologia Social, realizado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, cunhou o termo fotoetnografia, onde propunha uma narrativa fotográfica autônoma do texto escrito para contar sobre o cotidiano de mulheres trabalhadoras em um galpão de reciclagem de lixo em Porto Alegre. O autor traduz seu trabalho como “[...] o resultado de um exercício utilizando-me da fotografia, no sentido da constituição de uma narrativa etnográfica, a qual busquei através do recurso que estou denominando de Fotoetnografia” (ACHUTTI, 1997, p. 15).



Figura 15: Trabalho fotoetnográfico enriquece o texto

Fonte: Pesquisa do autor

Segundo Achutti (1997), um trabalho fotoetnográfico, somado ao texto, colabora como uma outra forma narrativa, enriquecendo e dando mais profundidade aos resultados (Figura 15). Quando “lida” individualmente, cada fotografia deve ter alguma importância. Ao mesmo tempo, complementa o autor, deverá servir como parte integrante de uma seqüência de fotografias que no conjunto deverá narrar o que é mostrado. As fotografias que estão sendo apresentadas no decorrer dessa pesquisa seguem a narrativa mostrando particularidades das interações *online* e *offline* e o comportamento social associado à Internet nas *lan houses* e cibercafés.

Um esforço de análise e interpretação na busca de delinear a cultura de um determinado grupo social é no que consiste um empreendimento etnográfico. O pesquisador pode utilizar várias técnicas de pesquisa para enriquecer a profundidade do estudo. Como o passar do tempo, foram incorporadas ao

tradicional caderno de notas várias opções, como gravador, câmeras de fotografias, cinema, vídeo. São técnicas específicas dependendo do tipo de dado que é buscado. A fotografia como auxiliar na aplicação do trabalho de campo, é mais conhecida e menos polêmica no universo da antropologia. Mas a fotografia como meio de difusão de imagens e construções narrativas ainda é pouco discutida e menos praticada no meio antropológico (ACHUTTI, 1997, p. 65-66).

A partir do trabalho de Achutti (1997), também é preciso discutir conceitos de outros autores, que já se apropriaram e estão utilizando a fotoetnografia. Esse é o caso de Boni e Moreschi (2007). Segundo eles, ao longo do tempo, a fotografia tem sido gradativamente incorporada como fonte de pesquisa nos estudos etnográficos. A reconstituição da história cultural de grupos sociais e uma melhor compreensão dos processos de transformação na sociedade recebem a contribuição da fotografia. Seja extraída de arquivos ou fruto de trabalhos de campo, a fotografia, em razão de seu caráter cultural, pode e deve ser utilizada como fonte de conexão entre os dados da tradição oral e a memória dos grupos estudados. Quando abordam a etnografia e a fotoetnografia, eles deixam claro o seguinte:

A etnografia estuda os grupos da sociedade, suas características antropológicas, sociais e culturais. Quando a fotografia é utilizada como instrumento principal na realização de um trabalho etnográfico, esta se torna uma fotoetnografia. A fotografia etnográfica pode estar inserida em trabalhos científicos, exposições ou diversos tipos de publicação. Pode ser caracterizada como objeto de estudo, pesquisa ou como mera ilustração (BONI; MORESCHI, 2007, p. 139).

As fotografias “devem ser objeto de construções sob forma de seqüências e de associações de imagens, tendo por objetivo treinar o leitor a praticar outras associações para nelas encontrar uma significação” (ACHUTTI, 1997, p. 117). Na construção do personagem-pesquisador que Malinowski encarnava, a prática da fotografia no trabalho de campo parece ter tido uma grande influência. Essa também influenciou as relações que ele estabeleceu com os pesquisados. Quando assumia o papel de fotógrafo, deixando o de

pesquisador, ele demorava para encontrar o foco. Malinowski acabou recebendo o apelido de Topwegigila. No idioma local, significava o homem das calças frouxas, aparentemente devido ao cacoete de sungar as calças durante o tempo em que procurava o foco. No seu trabalho de campo no Brasil, Claude Lévi-Strauss fez um total de três mil fotografias, entre 1935 e 1939, dentre as quais sessenta e quatro foram publicadas em 1955, no livro *Tristes Trópicos*. Mas só em 1994 ele aceitou publicar um álbum de suas fotos, intitulado *Saudades do Brasil*. Lévi-Strauss nem mesmo se considerou um fotógrafo amador. Para ele, a fotografia não é mais do que uma simples coleta de documentos. Segundo ele, a foto impôs-se quando vivia uma de suas experiências e precisava guardar vestígios. Ele acrescenta que, de maneira geral, no plano etnográfico, a fotografia constitui uma reserva de documentos, permite conservar coisas que não se poderá mais rever (ACHUTTI, 2004).

É preciso, no entanto, ficar alerta quanto à fotografia como narrativa etnográfica. A fotografia é uma obra aberta sujeita a múltiplas leituras e interpretações. A própria observação direta da realidade pode levar a equívocos interpretativos. Achutti (1997) diz que para fazer ver fotograficamente deve-se levar em conta o contexto no sentido mais amplo possível. “Quem fotografa precisa assimilar as questões culturais em jogo, assim como aquele que vê as tais fotografias precisa recebê-las de forma contextualizada” (ACHUTTI, 1997, p. 76). Ele complementa que é possível fazer construções descritivas e narrativas e construir textos imagéticos a partir da cultura do outro por meio da fotoetnografia. No entanto, o recorte fotográfico pode confundir e dar margem à imaginação criadora do outro, podendo levá-lo a interpretações muito diferentes da realidade. “Partindo do reconhecimento do limite da utilização das imagens, intenciona-se buscar as formas pelas quais a sua utilização possa a vir a enriquecer o discurso antropológico” (ACHUTTI, 1997, p. 77).

A unicidade de um olhar, de um rosto especial que nos sensibiliza, não se pode traduzir em palavras. A unicidade deste olhar só pode ser apreendida como imagem. Imagens que povoam o pensamento dos homens, mas que também encontram lugar num retângulo silencioso chamado fotografia (ACHUTTI, 1997, p. 34).

A intenção neste estudo não é que a fotografia seja utilizada como instrumento principal, mas como um elemento agregador importante, complemento do método multietnográfico como um todo.

Achutti (1997) defende o uso da imagem, por meio da fotoetnografia, “como mais um meio de ‘facetar’, vem juntar-se ao esforço da ‘lapidaria’ antropológica que, ao penetrar no bruto, busca desvelar o precioso” (ACHUTTI, 1997, p. 69). As intenções visuais devem ser resolvidas de forma tão clara quanto for possível. O autor complementa:

[...] quem fotografa tem que dar conta de bem administrar os recursos que a abordagem fotográfica propicia, não só no sentido da mera transcrição visual dos dados de campo, mas também no sentido da construção de uma narrativa visual que seja eficaz e contenha informações interpretativas acerca de determinada realidade. Para tanto, é no trabalho de campo que os recortes tem que ser bem decididos e realizados (ACHUTTI, 1997, p. 69).

Ao ousar no experimento da fotoetnografia, Achutti (1997) inverteu o que até então era visto nos trabalhos etnográficos clássicos onde a fotografia tinha função de registro e de auxiliar no trabalho de campo. O autor afirma que a fotografia, evocadora de memória, também apóia a construção do texto. “Minha intenção é inverter, fazer com que trechos de meu diário de campo influam e legendem, sirvam de apoio à leitura de meu texto fotoetnográfico” (ACHUTTI, 1997, p. 25).

A intenção nesta pesquisa é mostrar a importância da fotografia também como narrativa, em algumas situações, como complemento em outros. Entende-se que ela não pode ficar jogada em anexos. Por isso, a opção foi, desde a introdução, mostrar o cenário proposto para o estudo, mas sempre fazendo parte da narrativa descritiva ou reflexiva. As fotos não foram jogadas ao acaso, como meras ilustrações. Houve edição na escolha para que elevasse o aprofundamento do conteúdo, mas o fio condutor de todo trabalho é o texto. O próprio Achutti (2004) também concorda com essa proposta, quando diz:

Não se trata aqui de buscar uma alternativa ao texto escrito nem de promover um «duelo» entre texto e imagem, mas antes sublinhar o fato de que, mesmo sendo o texto fundamental, a sua associação a outras formas narrativas só pode enriquecer os enunciados antropológicos (ACHUTTI, 2004, p. 2).

3.3 A NETNOGRAFIA

Essa pesquisa também vai utilizar a netnografia como elemento agregador aos métodos etnográfico e fotoetnográfico. Por quê? A proposta é uma abordagem no outro lado da rede, mas *online* e *offline*. É preciso saber onde estão os pesquisados no ciberespaço. O que procuram e de que forma esses lugares virtuais podem influenciar ou não suas vidas. Como o espaço é um elo entre o físico e o ciberespaço, a busca de informações deve caminhar praticamente junta. É preciso conceituar o termo netnografia buscando embasamento em Vergara (2005):

A netnografia é a abertura das portas do tradicional método etnográfico para o estudo de comunidades virtuais e da cibercultura. Originado no campo da Antropologia, o método etnográfico consiste na inserção do pesquisador no ambiente, no dia-a-dia do grupo investigado (VERGARA, 2005, p. 73;195).

O termo netnografia ou etnografia virtual foi cunhado a partir da década de 1980 por Robert V. Kozinets. Trata-se de uma descrição escrita resultante do trabalho de campo

que estuda as culturas e comunidades *online* emergentes, mediadas por computador, ou comunicações baseadas na Internet, onde tanto o trabalho de campo como a descrição textual são metodologicamente conduzidas pelas tradições e técnicas da antropologia cultural (MONTARDO; PASSERINO, 2006).

Mas há divergências entre pesquisas de autores. Braga (2007) diz que o neologismo “netnografia” (*nethnography* = *net* + *ethnography*) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores norte-americanos, Bishop, Star, Neumann, Ignacio, Sandusky & Schatz, em 1995. Segundo ela, a intenção era descrever um desafio metodológico e preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para “seguir os atores.” O estudo em questão testava novos equipamentos para o desenvolvimento de uma biblioteca digital da Universidade de Illinois.

Pode-se então trilhar um pouco mais nesse campo da etnografia virtual. Nesta pesquisa, no entanto, o estudo do processo da netnografia se configura um pouco diferente, ou em dois momentos. A etnografia se funda na noção de observação participante, em termos metodológicos, em situações face a face. Mas é a ausência física que caracteriza os ambientes interacionais da Comunicação Mediada por Computador. Isso possibilita um tornar-se “invisível” e pesquisar a cultura de um grupo sem participar. A multi-etnografia também vai se apropriar do “invisível”, utilizado no método netnográfico, da seguinte forma: em um primeiro momento, o pesquisador não estará invisível. Poderá, inclusive, quando percebe o ambiente interacional na Internet, perguntar por onde navega o ator social. Em um segundo momento, em algumas situações, não em todas, o pesquisador apropria-se da informação sobre onde estava no ciberespaço o pesquisado e torna-se “invisível”. Para buscar dados para essa dissertação é necessário observar e perguntar ao interagente sobre onde e com quê objetivo está no ciberespaço. Daí poderá surgir uma diversidade capaz de pontuar melhor a sociabilidade *online* nos locais.

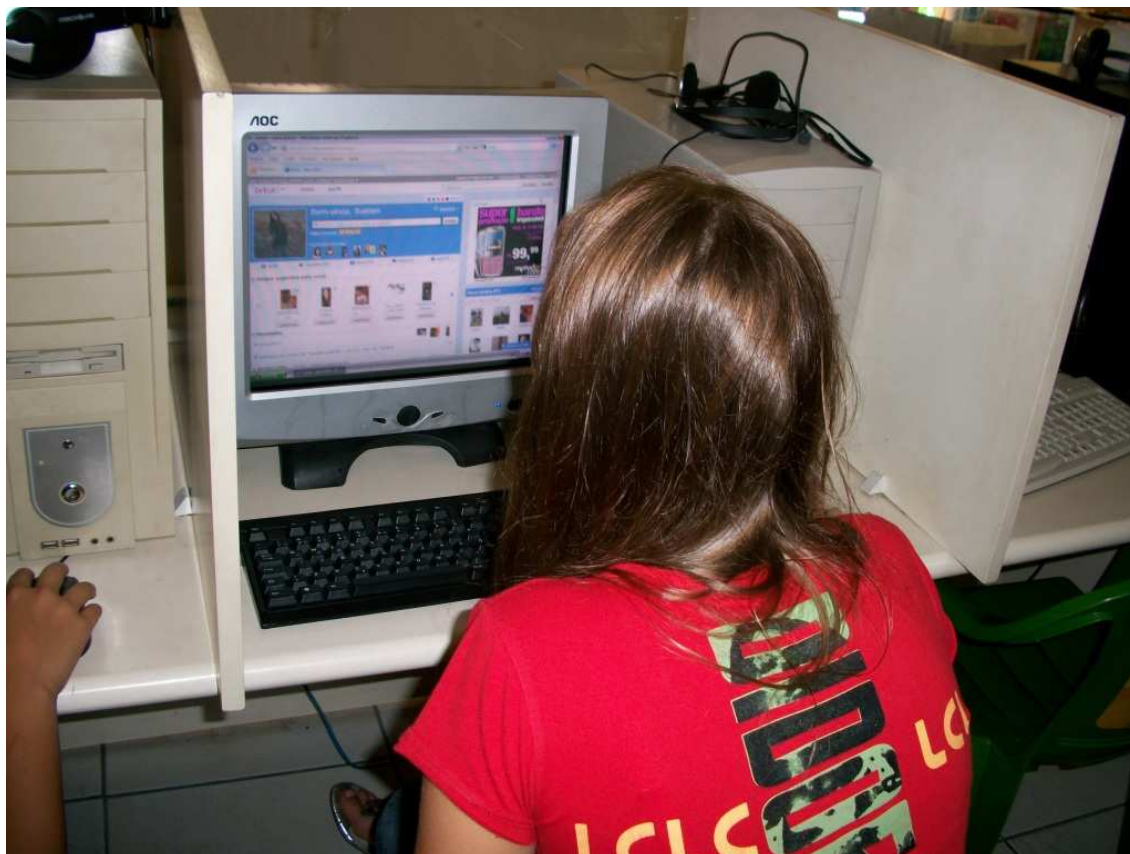


Figura 16: A preparação para a netnografia

Fonte: Pesquisa do autor

A fotografia mostra a preparação para a netnografia. O pesquisador no ambiente público de acesso à Internet observa onde a jovem está conectada no ciberespaço (Figura 16). Nesse caso, em um site de relacionamento. Em um segundo momento, fora do campo, o pesquisador, de forma “invisível”, como recomenda a netnografia, entra na Internet, exatamente no site onde a garota estava, quando observada no ambiente físico. Os dados colhidos face a face são confrontados com a representação do ator social no Orkut, como esse caso da foto. Particularidades encontradas mostram diferenças de comportamento no *offline* e no *online*. Com essa apropriação netnográfica, o método multietnográfico se completa, pois nasce da agregação da etnografia, fotoetnografia e netnografia.

É recente o processo de interação social na Internet. Parte de estratégias individuais e grupais foi adquirida por apropriação e adaptação de regras já estabelecidas.

Tais estratégias vão sendo aplicadas caso a caso, atendendo a demandas situacionais, anteriores a uma codificação formal explícita ou mesmo tácita, que se consolidará depois da sedimentação de uma cultura da atividade *online* (BRAGA, 2007, p. 2).

Na ambiência proporcionada pela Internet, o exame das práticas comunicacionais estabelecidas apresentam um grande desafio metodológico, enfatiza a autora. Esse momento histórico em que ela se realiza é um dos pontos importantes. Na Comunicação Mediada por Computador, o modo peculiar de interação é de alguma forma uma novidade. São necessários ajustes de alguns pressupostos da etnografia a esse novo objeto. Braga (2007) complementa quando diz:

A Internet, como meio de comunicação, trouxe uma série de alterações na configuração do campo das mídias, não apenas redefinindo os meios tradicionais, mas criando e ampliando contextos de interação social, que são apropriados por novos sujeitos enunciadore de diversas maneiras, a partir de protocolos e lógicas de interação específicas. [...] Participantes da CMC conduzem suas atividades tendo como modelo recursos de várias práticas comunicacionais anteriores, sendo assim passíveis de ser analisados por aportes teóricos fornecidos por outras escolas – a complementar o trabalho etnográfico (BRAGA, 2007, p. 9-10).

Sá (2002), quando trata sobre netnografias nas redes digitais, diz que a comunicação em rede estrutura a vida social contemporânea. No entanto, há que se discutir as implicações políticas, históricas e culturais, afetos e sociabilidades por meio de uma aproximação local, microscópica, atenta às apropriações e aos desvios. Nessa mesma esteira de foco local segue essa pesquisa, buscando na Internet e fora dela as relações sociais contemporâneas que se cruzam (SÁ, 2002, p. 162). Da mesma forma que a autora, em sua pesquisa *O Samba em*

Rede, pratica-se uma metodologia assumidamente focal, experimental, detalhista e interpretativa. Mas as premissas básicas da tradição etnográfica foram mantidas, a prática da observação participante do grupo escolhido e da descrição densa, de cunho interpretativo, resultante desta observação (SÁ, 2002, p. 158). Sá (2002) complementa, ao referir-se às relações de sociabilidade que se estabelecem no espaço virtual, ou seja, a forma como os usuários relacionam-se nas listas de discussão, chats e e-mails, mostrando dois enfoques:

[...] Por um lado, celebra-se o surgimento das chamadas comunidades virtuais como abrigos para o indivíduo que se refugia entre iguais e onde ele vai encontrar conforto, apoio emocional, afeto e tudo que se encontra no *lar doce lar*. Por outro, estes grupamentos seriam os novos espaços para o convívio com a diversidade e complexidade da vida social contemporânea, a nova àgora desaparecida das cidades concretas, onde o encontro com desconhecidos seria canalizado para a construção do bem comum – seja a inteligência coletiva ou o espaço público ampliado de matriz habermasiana (SÁ, 2002, p. 153).

Diante do embasamento teórico discutido até aqui torna-se necessário explicitar o desenrolar da construção metodológica, como ela foi acontecendo, juntando a prática e a teoria.

3.4 A CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA

Os locais começaram a ser observados, como potencialidades para uma pesquisa, no primeiro semestre de 2007. Primeiramente foi feito um levantamento sobre os cibercafés hamburgueses, cafés com sistema *wi-fi* e *lan houses*. Foram visitados e observados vários ambientes. Paralelamente a estas primeiras observações no campo, foram selecionados e lidos alguns autores do universo do tema central, a cibercultura. Também foram mapeados (em

novembro de 2007) cinco locais na zona central, já com o objetivo de construir um anteprojeto para disputar uma vaga no mestrado da Unisinos.

Após a concretização da participação no mestrado, na segunda quinzena de março de 2008, foram programadas novas visitas aos espaços selecionados. Todos os locais foram novamente observados várias vezes em 2008. Também foram realizados contatos e perguntas informais (sem um questionário ou pauta pré-elaborados, mas para obter informações que sustentassem a pesquisa desejada) aos proprietários, gerentes e funcionários. Algumas visitas foram rápidas, para um “olá” ao gerente ou proprietário. A intenção era manter um vínculo de “amizade”. Outras bem demoradas, participando/observando a sociabilidade e a socialidade local. Desta forma foi construída uma primeira aproximação, com identificação da pesquisa, permissão dos proprietários e possibilidades de vários contatos nos meses seguintes. Também em 2008, durante as observações, todos os seis ambientes foram fotografados.

Foi procurada, nas primeiras visitas, alguma diversidade no material, para que fosse possível fazer comparações, paralelos, perceber semelhanças e diferenças de constituição dos cenários urbanos. Relembrando: um primeiro critério de recorte diz respeito unicamente ao fato de que todos os cenários localizam-se na região central da cidade de Novo Hamburgo. Inicialmente nada foi descartado: *lan houses*, cibercafés, cafés com sistema *wi-fi* ou ainda outros estabelecimentos comerciais, como restaurantes e videolocadoras. A procura era por espaços urbanos reconfigurados pela presença dos computadores, locais públicos de acesso pago à Internet.



Figura 17: Vínculos com fontes nos espaços pesquisados

Fonte: Pesquisa do autor

Para o êxito da coleta de dados e a possibilidade de aplicação do método multietnográfico no campo, foi sendo construído um vínculo com fontes que sempre estavam presentes nos espaços pesquisados, como os funcionários e gerentes (Figura 17). Esses, como no caso da foto acima, no Espaço 10, foram de vital importância para o andamento do trabalho porque mencionavam informações/situações e outras fontes, pois continuavam no local, mesmo quando o pesquisador se ausentava. Caiafa (2007), quando fala da relação do observador-participante com as pessoas que encontra no campo, afirma que vem sendo uma marca da pesquisa etnográfica a partilha de experiências com os “informantes”. É preciso a inclusão do investigador na situação que apura, porque envolve observação intensiva e, em algum grau, uma convivência.

Tendo como base a etnografia, a opção foi observar, pesquisar, entrevistar as pessoas e tentar descrever e analisar os objetos de análise, suas

diferenças e suas práticas conforme a semântica local. Os espaços foram observados por mais de um ano. Esse foi um dos fatores que aproximou a pesquisa e a metodologia etnográfica. O fato de o pesquisador se incluir na pesquisa de uma forma problemática é uma característica central da etnografia, explica Caiafa (2007). A autora acrescenta:

Na pesquisa etnográfica, a participação do etnógrafo naquilo que investiga, produz conhecimento, faz avançar a investigação. Trata-se de um problema muito fértil, e que coloca outros também interessantes, como o da relação que o observador-participante estabelecerá com as pessoas que encontra no campo. Estes são chamados “informantes” na tradição antropológica – um tanto inadequadamente, já que tal expressão, ao mesmo tempo em que traz uma ressonância policial, dá a entender que aquilo que o etnógrafo coleta é apenas informação. Essa denominação tem sido questionada [...]. Em todo caso, a inclusão do pesquisador na situação que ele investiga é um aspecto inarredável da pesquisa etnográfica, já que ela envolve observação intensiva e, em algum grau, uma convivência. Partilhar uma experiência complexa com os informantes ou companheiros – com os “outros” que encontramos no campo – vem sendo uma marca da pesquisa etnográfica (CAIAFA, 2007, p. 137).

A marca de que fala a autora pode ser notada no desenrolar dessa pesquisa, a investigação intensiva, partilhando experiências com os informantes, mantendo uma relação do observador-participante com as pessoas encontradas no campo. Do primeiro semestre de 2007 até o final de 2008 foram feitas diversas observações. No entanto, já no segundo semestre de 2008 começaram as entrevistas. A opção foi não fazer uma pauta com perguntas pré-determinadas para não “engessar” as respostas. A intenção era instigar o entrevistado e deixá-lo falar. Foram abordados públicos diferentes. Gerentes, proprietários, funcionários e clientes. Alguns desses se mostraram arredios para responder. Notou-se que era pelo tempo. Todos estavam nas máquinas pagando por hora. Não podiam parar para conversar e revelar o que estavam fazendo. Nas entrevistas com gerentes e funcionários optou-se por identificá-los, assim como o nome dos locais e endereços. Para dar mais credibilidade à coleta de dados. Com a identificação da proposta de pesquisa acadêmica, para os proprietários e gerentes, foi solicitada ajuda como informantes das

características e particularidades dos freqüentadores. Houve excelente receptividade. Todos se mostraram interessados e colhiam informações para depois repassar ao pesquisador.

Mesmo notando a dificuldade, as perguntas aos interagentes não foram descartadas. Tentou-se falar com o maior número possível. No entanto, a prática teve que ser construída para obter este diálogo. Uma apresentação rápida (“É uma pesquisa para o mestrado da Unisinos. Posso tomar um minutinho do seu tempo?”). Partindo de um sinal positivo, mesmo que não parassem de navegar ou jogar, foram buscadas algumas informações básicas. Foram ouvidas pessoas em dias e horários diferentes. A preocupação não foi com a quantidade, mas com a qualidade, com o conteúdo, as particularidades das respostas. Alguns contaram detalhes. Outros foram mais sucintos. Mais adiante vamos reproduzir informações. A opção de não identificar o público foi pelo tempo durante a entrevista, já que as pessoas estavam pagando pela conexão, e por causa do direito de imagem. Mas conseguiu-se dados como idade, bairro ou cidade onde residiam, se tinha computador em casa, freqüência no local, motivação para o acesso à Internet, onde estavam no ciberespaço. Alguns foram entrevistados depois que deixavam os computadores, um pouco antes de irem embora. Na seqüência vamos descrever um pouco de cada ambiente. Não foram relatadas nesta pesquisa todas as entrevistas que foram feitas, minuciosamente em cada local, para não nos tornarmos repetitivo. Mas vários casos são relatados para comprovar as novas práticas sociais, o perfil do usuário, as particularidades e características dos locais.

A etnografia envolve um relato muito especial, além do trabalho de campo. O etnógrafo tem que dar conta não só do que viu e viveu, mas também do que ouviu, do que lhe contaram. Caiafa (2007), buscando base em Deleuze e Guattari, diz que, de alguma forma, estamos sempre recontando o que os outros disseram. “Na etnografia esse aspecto é particularmente importante por tratar-se de uma pesquisa que se apóia antes de tudo no contato com outros numa situação privilegiada de observação e participação, e em que o relato desses encontros ocupa um lugar central” (CAIAFA, 2007, p. 138). A autora ainda relata

que a etnografia confina com o documentário e com o texto jornalístico, que também abordam depoimentos e conversas numa situação complexa.

Para obter os dados, há várias formas de fazer uma entrevista, desde definição de tempo, do local e das questões que serão abordadas. A autora cita, inclusive, a entrevista jornalística. No decorrer desta pesquisa foi preciso adaptar diferentes formas e tempos de fazer entrevistas, de acordo com o entrevistado em questão. Com os proprietários, gerentes e funcionários dos cafés (com *wi-fi*), cibercafés e *lan houses* hamburguenses, foram mais demoradas e detalhistas, com intenções descritivas. Já com algumas pessoas que freqüentam os locais, a abordagem teve que ser mais rápida, até porque muitos estavam conectados, pesquisando, em *sites* de relacionamentos, MSN, jogando, etc., e pagando por isso. As formas de entrevistas foram sendo construídas conforme as particularidades do campo foram surgindo.

Segundo Travancas (2008), as entrevistas costumam ser longas, têm locais diferentes, podendo ser realizadas em vários encontros e em dias diferentes. O pesquisador não inquirir seu entrevistado. Pode pedir mais esclarecimentos, mas não aponta contradições nem julga o discurso. Na prática, as entrevistas foram se aproximando muito da teoria relatada pela autora. Na última etapa está o texto. Este, possivelmente, não chegará aos “nativos”. É feito para os pares, para a comunidade acadêmica. Mas o pesquisador não deve ser um mero transmissor de opiniões ouvidas. É preciso interpretar o que está sendo dito, observado e sentido. O trabalho final, o texto, é “fruto de muitas vozes. Das vozes nativas, das vozes dos autores com quem dialoga e da sua voz” (TRAVANCAS, 2008, p. 103-104).

Nesta pesquisa são utilizadas a observação e as entrevistas. A opção foi utilizar a observação participante no contexto da etnografia e não colocá-la como o método principal. Esta observação participante foi sendo construída durante o processo investigativo dos ambientes na zona central de Novo Hamburgo. De uma forma bem contemporânea, até porque nos espaços públicos de acesso à Internet encontra-se uma sociabilidade contemporânea.

Como citou Travancas (2008), depende da sensibilidade do pesquisador. Não há um código pré-definido. Obedecendo, é claro, todo o suporte teórico relatado até aqui sobre a etnografia. A forma mais ou menos participativa dependia do local, da receptividade, tanto de usuários, como de proprietários. Em algumas situações foi possível conversar, abordar, entrevistar, de forma “extra-oficial”, ou de forma oficial, com papel, caneta, gravador (MP4), e dizendo que era uma entrevista. A observação pode ser considerada, neste caso, participante por estar inserido nos espaços. Há que considerar também que, em algumas situações, com a máquina fotográfica na mão, o investigador passa a ser um “estranho”. O objetivo não é definir regras específicas, já que o embasamento teórico-metodológico assim permite, mas relatar as particularidades de todas as situações que forem surgindo.

A sistemática de busca de informações no campo foi a de ir o maior número de vezes possível, em dias e horários alternados. A intenção não foi marcar especificamente um número de visitas, mas de visitar e visitar, principalmente no segundo semestre de 2009, já seguindo para a reta final da pesquisa. As variáveis foram aparecendo: três locais fecharam no decorrer de 2009. A decisão foi por manter o mesmo mapeamento feito em janeiro de 2009 (que será mostrado no próximo capítulo), quando já tinha fechado um dos locais, o Café Paris, e o Manéh Café entrou na pesquisa. Todas as buscas no campo sempre foram valiosas. Foram repassadas ao texto, com agregações de fotos, o maior número possível de detalhes. A decisão foi por não especificar temporalmente cada caso. Diante do conjunto colhido no campo, tendo já a base teórica, foram sendo feitas as reflexões necessárias, como será possível mostrar na sequência do estudo.

3.5 NASCE O MÉTODO MULTIETNOGRÁFICO

A base metodológica utilizada na pesquisa, com suporte teórico na etnografia, buscou agregações via fotoetnografia e netnografia. Com a sistematização da busca de informações no campo foi sendo construída uma

metodologia específica para dar conta do tema, a partir do segundo semestre de 2009. Decidiu-se chamá-la de multietnografia. Essa é a metodologia de pesquisa que utiliza a etnografia, a fotoetnografia e a netnografia, ou etnografia virtual, simultaneamente. É apropriada, preferencialmente, para pesquisas *online* e *offline*. Uma observação dentro e fora da rede mundial de computadores sobre o mesmo assunto.

Diante de todo o processo metodológico descrito anteriormente, a pesquisa foi tomando um corpo próprio, com particularidades específicas. A fotografia seria inicialmente apenas um detalhe no contexto, mas passou a ter uma importância determinante. Tornou-se necessário buscar uma base teórica, encontrada na fotoetnografia. O mesmo aconteceu com a netnografia. O processo foi evoluindo e os três métodos foram construindo uma intersecção, que gerou a multietnografia. Esse método possibilita variáveis em relação aos outros três. Mas eles não perdem a identidade original.

Na prática, na multietnografia, o pesquisador entra no campo na busca de informações, tendo como suporte teórico a etnografia, conforme já foi relatado. No local (ou locais) também faz uso da fotografia, tendo por base a fotoetnografia, já descrita nesse capítulo. As pessoas ou os “nativos” alvos da pesquisa podem estar em um ambiente físico em que também possam ficar conectados, com acesso à Internet. Utilizando a base de observação e entrevistas da etnografia, o (os) pesquisado (os) é (são) interrogado (s) diretamente sobre o que faz (em) no espaço físico, na Internet e ou outras informações importantes para a pesquisa.



Figura 18: O pesquisador e fonte no campo – vínculos para busca da informação

Fonte: Pesquisa do autor

Na observação participante, segundo Travancas (2008), o pesquisador não deve se colocar de forma ingênua no campo (Figura 18). Está observando e sendo observado. Deve estar atento ao seu papel no grupo. O simples fato de estar presente pode alterar o comportamento de alguns ou de todos. Não há regra, nem um código rígido de comportamento. Depende da sensibilidade do pesquisador. No entanto, o compromisso profissional e ético não deve ser esquecido. A intenção não foi fingir que fazia parte do grupo e tentar ser um dos “nativos”. Mas como é uma pesquisa urbana contemporânea, o pesquisador, ao entrar no ambiente, passou a ser, aos olhos de alguns, um “nativo” em potencial.

O entrevistado, no método multietnográfico, também pode ser fotografado, de várias formas, juntamente com as fontes e com o cenário físico ali apresentado, como está sendo mostrado no decorrer desse capítulo. De posse da informação (por meio de entrevista ou observação) sobre onde o ator

social navega no ciberespaço, pode-se também registrar, pelo menos uma vez, esse dado por meio da fotografia (ângulo onde apareça a pessoa e a tela do computador mostrando determinado site, por exemplo). Em casa, sem a presença do pesquisado e de forma “invisível”, o pesquisador deve entrar na mesma página da Internet observada/fotografada no ambiente público de conexão e colher mais dados sobre o (as) interagente (as) no mundo virtual, tomando por base a netnografia, segundo o embasamento teórico especificado anteriormente.

Para que se tome por base metodológica a multietnografia utilizada nesta pesquisa é preciso seguir alguns critérios. Há a necessidade de que, pelo menos uma vez no decorrer da pesquisa, mostre-se a narrativa fotográfica de que fala Achutti (1997) sobre a fotoetnografia e a pesquisa *online* específica, “invisível”, de que trata a etnografia virtual. A base determinante permanece a etnografia, até porque os outros dois métodos são derivações dela. O método multietnográfico nasce nessa pesquisa em um espaço que possibilita o elo entre o físico e o virtual, no caso os cibercafés e *lan houses*. No entanto, em pesquisas futuras, nada impede que o mesmo método seja aplicado em ambientes onde não há possibilidade de conexão à Internet. O pesquisador, diante das observações e entrevistas, pode se apropriar, da mesma forma, da informação por onde anda o ator social na Internet. Em um segundo momento da pesquisa, ele vai buscar mais dados *online* onde exatamente o entrevistado mencionou. Da mesma forma, a fotografia deve fazer parte do contexto nas duas situações. Mesmo que o registro fotográfico seja apenas da tela do computador.

Tendo como fio condutor a multietnografia, as fotos podem fazer parte de determinado capítulo ou aparecer em várias situações do texto ao longo da dissertação ou tese, desde a introdução. Nasce, dessa forma, o método de nossa pesquisa. Essa utilização de maior número de fotografias é para dar mais peso ao princípio de intersecção dos três métodos. Mas as ilustrações não podem ser jogadas aleatoriamente. É preciso haver um critério claro, uma explicação textual ou fotográfica, que mostre claramente a motivação de determinada fotografia em um determinado local. Mesmo com a necessidade de,

pelo menos em um momento, aparecer uma narrativa fotográfica sem texto, ou com apenas um pequeno texto introdutório, e a pesquisa ter fotos em determinados trechos ou em todos os capítulos, a supremacia do texto dissertativo é indiscutível. Este ganha uma agregação importante, mas a intenção não é tensionar ou substituir uma coisa e outra. É somar.

A multietnografia, por fazer a intersecção dos três métodos já mencionados, tenta sempre unir ou agregar um determinado ponto ou detalhe de uma metodologia e outra. É exatamente a soma dessas agregações ou uniões que vai delineando, construindo o novo método. É sempre possível que o pesquisador crie situações, diante de determinado tema, que comprove ainda mais essas possibilidades agregadoras. É interessante que, pelo menos uma vez, isso aconteça no decorrer da monografia, dissertação ou tese. Nessa pesquisa, onde se busca o comportamento social associado à Internet, a observação participante e a entrevista, conforme base teórica da etnografia, ganham um suporte fotográfico. O pesquisador é fotografado no campo no momento em que se lança na busca de informações, exatamente no momento em que observa ou entrevista os “nativos” nos cibercafés ou *lan houses*. Assim, é possível perceber, em determinadas ocasiões, o que indica a teoria, enfatizando novamente Caiafa (2007): a observação participante exige contato direto e certo tipo de envolvimento. Tudo depende da sensibilidade do pesquisador. Ele deve estar atento ao seu papel no contexto e saber que está observando e sendo observado.

A metodologia construída e teoricamente explicada neste capítulo será facilmente percebida ao longo de toda a dissertação. No próximo capítulo serão descritos os espaços públicos de conexão paga e as relações sociais associadas à Internet, entrando já nas particularidades.

4 ESPAÇOS PÚBLICOS DE ACESSO PAGO À INTERNET

A Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil identifica os centros públicos de acesso pago como o principal local de uso da Internet no País. São esses mesmos espaços que servem de base para as apurações para essa dissertação, mas na cidade de Novo Hamburgo. A intenção é mostrar, primeiramente, um perfil do cenário brasileiro na área e depois seguir para os dados hamburguenses. No Brasil, em 2008, com 48% das menções, os centros públicos de acesso pago ficam à frente dos domicílios, que foram citados por 42% dos respondentes. Em seguida, surgem os locais “na casa de outra pessoa” e “no trabalho”, ambos com aproximadamente 22%, “na escola”, com 14%, e nos “centros públicos de acesso gratuito”, também chamados de telecentros, com 4% das menções no total Brasil. O estudo é realizado pela Nic.br (NIC.br, 2008), que é uma entidade civil, sem fins lucrativos, criada para implementar as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br (CGI.br, 2008), que é responsável por coordenar e integrar as iniciativas de serviços da Internet no País. A Nic.br optou pela utilização da grafia *lanhouse* para identificar os centros públicos pagos de uso do computador e acesso à Internet, à semelhança dos chamados cibercafés. Segundo a entidade, o termo *Lan house*, no qual LAN é o acrônimo de *Local Area Network*, pode restringir o escopo do conceito popularmente conhecido a aspectos mais técnicos. Nessa dissertação, a grafia *lanhouse* somente será utilizada quando especificamente a fonte referida for a Nic.br.

Desde o início da realização da pesquisa da Nic.br, em 2005, os centros públicos de acesso pago, conhecidos como *lanhouses*, vêm se mostrando um importante local de uso da rede mundial de computadores. Os resultados da área rural indicam, no entanto, que as *lanhouses* são ainda mais importantes nessas áreas do país, em face do que representam para as áreas urbanas. Em 2008, a proporção de usuários de Internet que navegaram pela web em uma *lanhouse* ou Internet Café nas áreas rurais representam expressivos 58%, registrando 11 pontos percentuais acima desse indicador em área urbana (47%). O papel desempenhado pelos centros públicos de acesso pago como agentes de

inclusão digital é, na área rural, ainda mais significativo do que temos observado na área urbana.

Os gráficos da Nic.br mostram o perfil e o crescimento do uso dos espaços pagos de acesso à Internet (Figura 19):

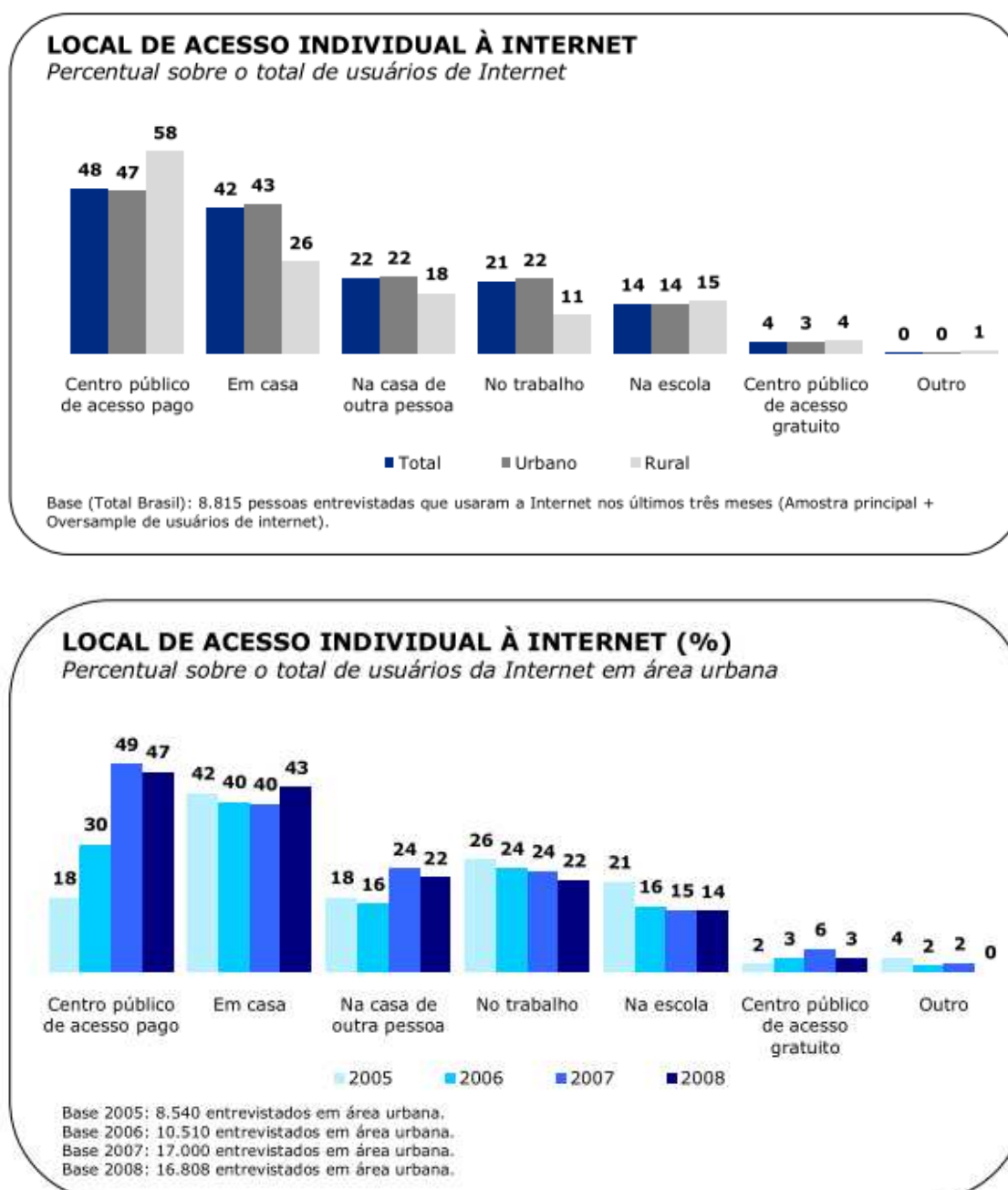


Figura 19: Perfil e o crescimento do uso dos espaços pagos de acesso à Internet

Fonte: Nic.br (2008)

A pesquisa da Nic.br revela que o crescimento continua sendo efetivo nas faixas de renda mais baixas da população, apesar da tendência de estabilidade apresentada no acesso à Internet através de centros públicos de acesso pago. As *lanhouses* e os Internet Cafés oferecem oportunidade de acesso às camadas economicamente menos favorecidas da população, a despeito do custo elevado para acesso à Internet nos domicílios. Os dados mostram que na faixa de renda familiar de até um salário mínimo, tinha 4% em 2005; 49% em 2006; 78% em 2007; e atinge o patamar de 82% em 2008. Na faixa entre um e dois salários mínimos, teve 25%, 45%, 67% e 69%, respectivamente, entre 2005 e 2008. Essas duas faixas somadas representam cerca de 45% dos usuários de Internet.

Os dados da Nic.br também revelam o perfil dos usuários de Internet que utilizam as *lanhouses* e o próprio domicílio. Há um cenário de complementaridade entre os dois locais de acesso à rede. A proporção de pessoas que declararam ter usado a Internet nos domicílios sobe à medida que a faixa etária aumenta. Na faixa de dez a 15 anos, 29% dos respondentes declararam ter usado a Internet no domicílio, enquanto nas faixas de 45 a 59 anos e 60 anos ou mais o número chega a cerca de 70%. Ambas as faixas etárias anteriormente citadas apresentaram um crescimento de, aproximadamente, dez pontos percentuais nos últimos quatro anos. Nas demais faixas etárias, este crescimento varia entre 2% e 4%. Nas *lanhouses*, a realidade brasileira identificada pela pesquisa é outra. Conforme aumenta a faixa etária, diminui a proporção de pessoas que acessaram a Internet nesse local. Enquanto 64% dos pesquisados entre dez e 15 anos declararam ter ido a um centro público de acesso pago para acessar a web, somente 14% dos entrevistados que têm entre 45 e 59 anos o fizeram.

Depois de ilustrar esse trabalho com a realidade brasileira apresentada pela Nic.br, relata-se a seguir parte do universo de Novo Hamburgo sobre o mesmo assunto.

4.1 NOVOS CENÁRIOS DE ENTRETENIMENTO

Os caminhos da vida social, assim como o romantismo dos antigos cafés, seguem com o desenvolvimento tecnológico. Nesta grande mutação cultural e civilizacional, entre as muitas novidades, surgem os novos espaços de conexão. Vivenciamos novas formas de ócio produtivo, que são espaços virtuais, interconectados, que geram novas formas de consumo, produção, serviços qualificados e de relações sociais (LEMOS; NOVAS, 2005). Entre estes exemplos, o autor cita os cibercafés (que, segundo ele, são a atualização ou conceito moderno de cafés), telecentros, *lan houses*, *cyberpoints*. E esta pesquisa acrescenta: são ambientes para “tomar” um cafezinho no ciberespaço.



Figura 20: Novos cenários de entretenimento e novas práticas sociais

Fonte: Pesquisa do autor

Na cultura contemporânea surgem novos cenários de entretenimento, possibilitando diferentes experiências e práticas sociais (Figura 20). É o que está sendo observado: uma ampla gama de diferentes relações *online* e *offline* reconfigurando o espaço urbano. Em Novo Hamburgo, assim como na pesquisa brasileira da Nic.com.br, os centros públicos de acesso pago à Internet são um dos principais meios de acesso à rede mundial de computadores.

A delimitação da pesquisa pretendida é Novo Hamburgo. Por quê? A cidade foi pioneira em muitas áreas e, diante das novas tecnologias, o município também tomou a dianteira. O primeiro cibercafé surgiu em Londres em 1994. Já em 1996 foram inaugurados dois cibercafés na cidade. Conforme registro da imprensa local, Novo Hamburgo teve o primeiro cibercafé da região Sul do Brasil. Em alguns atuais cafés de Novo Hamburgo as novas tecnologias emergentes do ciberespaço já estão inseridas. Estes têm sistema *wi-fi*, uma interconexão entre dispositivos sem fio, possibilitando acesso à Internet. Por que a zona central? A escolha deste perímetro é porque todos os bairros convergem para este espaço da cidade, por meio das linhas coletivas de ônibus. Ou seja, na zona central circulam pessoas de todos os locais do município. Também porque é a mais movimentada e a que agruparia mais possibilidades do objeto de pesquisa. Como a busca é por espaços públicos de acesso à Internet, é nesta região que estão em maior número os ambientes comunicacionais reconfigurados pelos computadores. É preciso ressaltar que não é apenas o bairro Centro, mas a região central, que agrega bairros vizinhos, quase que em “intersecção” com o Centro.

E como os locais públicos de acesso pago à Internet, em Novo Hamburgo, estão se autodenominando? Resposta: cafés (com sistema *wi-fi*), cibercafés e *lan houses*. Cinco espaços são, inicialmente, investigados: Café Paris, Cibercafé e *Lan House* Eh Fróids, Café Mule & Bule, Espaço 10 *Lan House* e Videolocadora (até início de 2009, quando passou a chamar-se Espaço 10 *Lan House* e Café) e Real Videolocadora e *Lan House*. No entanto, o Café Paris fechou em dezembro de 2008. A decisão foi manter na dissertação o que até aquele momento havia sido registrado. Em janeiro de 2009, outro espaço

começou a ser pesquisado: O Manéh Café. O local já estava sendo observado, informalmente, desde julho de 2008 quando foi inaugurado. Em agosto de 2009 também fechou o Eh Fróids, depois de anos de atividades. Era um dos maiores ambientes de cibercafé/lanhouse da cidade. O motivo do fechamento teria sido desentendimentos entre os sócios. A decisão também foi manter a pesquisa que já estava realizada. O Café Mule & Bule, diante das reformas gerais no shopping Center, também fechou por um período no térreo, no segundo semestre de 2009, e reabriu no segundo andar do local, já bastante remodelado. O Mule & Bule tem *wi-fi*. Várias foram as situações pesquisadas nesse local. Todas são mantidas nesta pesquisa. Os detalhes dos locais que não existem mais, ou que foram modificados, servirá, inclusive, como registro histórico da cidade de Novo Hamburgo envolvida com as novas tecnologias.

A iniciativa foi descobrir se estava diminuindo muito os clientes nos locais pesquisados, já que dois haviam fechado. A descoberta foi que só no ano de 2009 surgiram cinco novos pontos de *lan house* na zona central de Novo Hamburgo. Todos pequenos ou médios. Estavam aumentando os locais de acesso pago. Com preços mais baixos e dividindo a clientela. No entanto, os que fecharam não alegaram esse motivo. Mas o proprietário da Real Videolocadora e *Lan House*, no Calçadão, disse que o movimento havia diminuído por causa dos novos pontos de acesso. No Manéh, o efeito foi de crescimento em 2009. Passou de quatro, no primeiro semestre, para sete computadores no segundo semestre. Mas, conforme a Secretaria de Indústria e Comércio de Novo Hamburgo, havia apenas 13 estabelecimentos regularizados (na área de cibercafé e lan houses em 2009). Realidade de toda a cidade. Os demais seriam clandestinos.



Figura 21: Mapa mostra zoneamento dos locais pesquisados

Conforme o mapa, as localizações são as seguintes: 1 – Café Paris; 2 – Cibercafé e Lan House Eh Fróids; 3 – Espaço 10 Lan House e Café; 4 – Real Videolocadora e Lan House; 5 – Manéh Café; e 6 – Café Mule & Bule

Fonte: Pesquisa do autor

Em um livre passeio pela zona central de Novo Hamburgo é possível notar o computador agregado ao cenário de alguns locais públicos. Tais espaços instigam a possibilidade de pesquisa. Nota-se modificações no espaço urbano. Um café, que também é padaria e confeitaria, com mesas para lanches, tem em frente ao balcão (cheio de doces e salgados), computadores para acesso ao ciberespaço. Videolocadoras, restaurantes, cafés: todos agregaram os dispositivos comunicacionais.

Para melhor entendimento, faz-se necessário o conceito e o surgimento dos cibercafés no mundo e em Novo Hamburgo. Na seqüência, será discutido o conceito de *lan house*, para que se consiga dimensionar a diferença. Após, na zona central de Novo Hamburgo, descreve-se as novidades dos espaços públicos de acesso pago à Internet. De posse dos dois conceitos será preciso

aproximá-los da realidade hamburguesa. Mais adiante surgirá o embasamento em vários autores, diante dos ambientes descritos.

4.2 SURGEM OS CIBERCAFÉS

O ciberespaço foi expandindo e novas formas de estar conectado com o mundo foram aparecendo, de diferentes formas. Os cafés eletrônicos ou cibercafés são um dos muitos exemplos de agregação a partir das redes telemáticas, conforme André Lemos (2002). O conceito, segundo o autor, é muito simples e constitui uma prova do acoplamento das novas tecnologias com a vida cotidiana. Mais um espaço expande-se, aumenta a sua realidade, com a entrada em jogo de tecnologias telemáticas. Nos atuais cibercafés é possível navegar no ciberespaço. Em 1984, durante as Olimpíadas de Los Angeles, Kate Galloway e Sherrie Rabinowitz fundaram o primeiro café eletrônico com o nome Café Internacional Eletrônico. Eles criaram uma rede com objetivo de destruir as fronteiras entre os guetos, conforme Lemos (2002). Era um evento eletrônico visando ligar vários bairros, simbolizando etnias diferentes. Esses primeiros cafés eletrônicos eram lugares alternativos de manifestações artísticas, de debates de idéias, de interação cultural. Também eram frequentemente animados por tribos virtuais, em lugares nômades, que se encontravam durante um acontecimento, uma videoconferência ou qualquer outra manifestação tecnocultural. Lemos (2002) acrescenta que no começo dos anos 90, na França, o conceito foi introduzido por Fred Forest, que fundou o Café Electronique de Paris. Era uma experiência itinerante, diferente dos cibercafés de hoje. No entanto, Cécile Alvergnat, em 1987, já havia desenvolvido o Les Jardins du Minitel, no bairro de Montparnasse, um “lugar público em um lugar simpático onde se interconectam, através do consumo de uma bebida ou alimento, a materialidade do corpo com a virtualidade do espaço-tempo eletrônico” (LEMOS, 2002, p. 163-164).

Os antigos cafés mantinham o espaço de socialização habitual. Os cibercafés proporcionam um modo virtual onde as pessoas podem se comunicar

umas com as outras. Neste momento, misturam-se a relação face a face e a mediada por computador. Com suas portas e janelas abertas para o mundo, os lendários cafés entram na cibercultura. As cafeterias são ainda hoje lugares de gente comum, boêmios, artistas, intelectuais, que buscam um bom bate-papo, ler o jornal, etc. O conceito dos antigos cafés foi exportado para vários países do mundo, incluindo Brasil, chegando a Novo Hamburgo nos anos 1930 com o Café Avenida, que marcou a história da cidade. Agora, o conceito moderno desses cafés são os cibercafés.

Lemos (2002) cita os primeiros cafés eletrônicos. Seria os embriões dos cibercafés, até chegar ao conceito que temos atualmente. Na imprensa, no Jornal O Estado de S. Paulo (2004), está registrado como o primeiro cibercafé do mundo o Cyberia, idealizado pela jovem estudante Eva Pascoe. Localizado no número 39 da Wiltshire Road, em pleno centro de Londres, perto de Tottenham Court Road, a rua dos micreiros, com dezenas de lojinhas de *software*, nasceu então o primeiro cibercafé do mundo, o Cyberia, em 1994. O negócio foi um sucesso e, em pouco tempo, a estudante Eva Pascoe, que teve a idéia do primeiro negócio, distribuía franquias para várias partes do Reino Unido e depois para o exterior.

Cibercafé é um local que, além de funcionar como bar ou lanchonete, oferece aos seus clientes acesso à Internet mediante o pagamento de uma taxa, usualmente cobrada por hora. Nesse local, pessoas podem também se juntar com a finalidade de realizar pesquisas escolares e utilizarem do ambiente para estudar. Eva Pascoe, polonesa de nascimento, viveu um ano em Barcelona e depois foi para Londres, onde estudou Informática. Investidores sul-coreanos compraram o Cyberia e o rebatizaram como BTR Internet Café, conforme o Jornal O Estado de S. Paulo, em 3 de maio de 2004.

Como forma de desdramatizar a utilização de novas tecnologias por parte de leigos na matéria ou simples curiosos, os cibercafés apareceram majoritariamente na Inglaterra na década de 90. Foi uma forma de disponibilização de acesso à Internet às massas, num ambiente de café, familiar.

Permitiram a muitas pessoas o primeiro acesso a uma tecnologia amplamente midiaticizada como nova e revolucionária, através de um custo de utilização (normalmente tarifado à hora ou frações desta). O seu carácter comercial rapidamente se diluiu criando verdadeiros locais de culto para uma geração de adolescentes. Houve um declínio, após a ascensão inicial e devido à rápida evolução em termos de oferta de serviços de acesso à Internet. No entanto, também “um número grande de entusiastas encontram no local não apenas um simples computador e um café, mas um espaço de convívio fraterno entre entusiastas da Internet e da tecnologia de redes de computadores” (DICIONÁRIO, 2005).

Sobre o assunto, constata também Daniel Miller (2004) que

os cibercafés podem significar coisas radicalmente diferentes, mas também que diferentes usos da Internet emergiram em cenários diferentes e, inversamente, que diferentes cenários se desenvolveram em torno de diferentes usos e constituições (MILLER, 2004, p. 17).

Esta pesquisa também observa o local cibercafé como uma forma para socializar e sociabilizar, já que, em alguns locais de Novo Hamburgo, o *online* e *offline* acontecem simultaneamente. Da mesma forma, em Trinidad, os cibercafés foram pesquisados por Miller (2004): “Uso e contexto representam termos radicalmente diversos e inter-relacionados que demandaram uma atenção etnográfica minuciosa. O mesmo se aplica ao observar a distinção entre *offline* e *online*”, enfatiza Miller (2004). O autor, no artigo “Etnografia *on* e *offline*: cibercafés em Trinidad”, diz o seguinte:

[...] os cibercafés ofereceram um espaço importante de pesquisa, em vários sentidos. Como espaços públicos cheios de usuários altamente motivados e mais casuais, eles eram espaços muito frutíferos para socializar, constituindo tanto locais significativos de uso da Internet em si mesmos, mas também nos oferecendo acesso a um uso mais geral da Internet através de observação e de entrevistas. Finalmente, os donos e os trabalhadores (em geral, não-oficiais) dos cibercafés apresentaram-se como conhecedores em potencial desse fenômeno (MILLER, 2004, p. 8).

4.3 PRIMEIROS CIBERCAFÉS EM NOVO HAMBURGO

A cidade de Novo Hamburgo foi pioneira em muitas áreas e diante das novas tecnologias, que estão tomando conta do mundo, o município mais uma vez saiu na frente. O primeiro cibercafé surgiu em Londres em 1994. Já em 1996 foram inaugurados dois cibercafés na cidade. O Cyber Café Ltda (o nome era separado e com “Y”) estava localizado no Centro, na Rua Silveira Martins, 840. O Cyberbar Advance Reality ficava na Rua Marques de Souza, no bairro Hamburgo Velho.

Conforme registro da edição do Caderno de Informática do Jornal NH de 27 de junho de 1996, o Cyber Café Ltda teria realizado sua inauguração oficial no dia 25 de junho. O Advance foi apresentado aos convidados na noite de domingo, 24 de junho, e aberto ao público na segunda-feira, dia 25. No entanto, os antigos proprietários do Cyber Café foram encontrados por esta pesquisa e colaboraram com informações importantes sobre o assunto. Segundo eles, o Cyber foi o primeiro da Região Sul do Brasil, porque estava funcionando desde maio de 1996. O registro do Jornal NH cita os cibercafés de Novo Hamburgo e o Press, de Porto Alegre, como os primeiros da Região Sul do Brasil. Na época, foram usadas pelo Jornal NH as expressões cibercafé e cyberbar. No entanto, a primeira foi a que predominou. “Ao ganhar espaço na mídia, a Internet foi criando novas manias pelo mundo afora. E uma delas foi a criação dos cyberbares ou cibercafés”, cita João Carlos Ávila na reportagem do Jornal NH. O jornalista,

diante do surgimento em Novo Hamburgo, define os cibercafés da seguinte forma:

São estabelecimentos que, além de todo o requinte oferecido para o lazer, dispõem de microcomputadores interligados à rede mundial. Esta semana, Novo Hamburgo foi brindada com a inauguração de duas casas com esse perfil: O Cyber Café, no Centro da cidade, e o Advance Reality, no bairro histórico de Hamburgo Velho. As duas se juntam ao Press, de Porto Alegre, como as primeiras da Região Sul a oferecer o serviço (ÁVILA, 1996, p. 8).

João Henrique Joner, 39 anos, foi quem idealizou o Cyber Café Ltda em Novo Hamburgo. Ele concedeu entrevista exclusiva ao pesquisador. O outro sócio foi Marcus Schmidt, 32 anos. Schmidt concedeu entrevista na Rua 3 de Maio, 20, bairro Vila Nova, em Novo Hamburgo. Conforme Joner, o negócio começou em maio de 1996 e seria o primeiro do Sul do Brasil. Portanto, também o primeiro de Novo Hamburgo. No Jornal NH, na Capa do Caderno de Informática, de 27 de junho de 1996, foi divulgado que o Cyber Café tinha três computadores com acesso à Internet e serviços de bares com lanches, drinques e cafezinhos. Endereço Internet (<http://www.nh.conex.com.br/cyber-café>), *e-mail* (cyber-café@conex.com.br) e preço (seis reais por meia hora de conexão, para duas pessoas). Na mesma reportagem consta que o Advanced oferecia dez computadores com acesso à Internet e serviços de bares com lanches, drinques e cafezinhos. No entanto, ainda não estava disponível endereço na Internet e e-mail. O preço também estava indefinido. Pela matéria nota-se que Cyber Café já estava funcionando e realizou sua inauguração oficial. O outro local não tinha preço definido, o que presume-se que ainda não tinha clientes pagantes e estava sendo apresentado ao público. Na referida reportagem do Jornal NH consta que os primeiros dez dias seriam gratuitos.

A afirmação de Joner está baseada em várias pesquisas na época. Embora a Internet tenha surgido em 1995 no Brasil, Joner no início de 1996 já estava conectado. Ele pesquisou porque tinha acesso ao IRC, “a melhor ferramenta de comunicação da época, algo totalmente inovador. Digamos que

seria o MSN da época”, afirma Joner. Como já estava conectado, tinha conhecimento de que cibercafés existiam apenas no Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Recife. Em Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul não existiam. “Por isso, com certeza, Novo Hamburgo foi sede do primeiro cibercafé da região Sul”, afirma Joner. Ele frisa que Novo Hamburgo já tinha na época um dos maiores provedores do Estado, uma das empresas nas quais ele trabalhou. Isto facilitou para que conseguisse um *link* dedicado (não existia banda larga) e ficasse o dia inteiro conectado. O jovem pioneiro fazia pesquisas *online* também em outros países. Começou a despertar para um possível negócio, que culminaria com o “primeiro” cibercafé hamburguense, ao pesquisar na rede o Kinkog, nos Estados Unidos. Era um ponto de acesso. E várias outras informações foram conseguidas na rede sobre o assunto. Joner começou a ter contato com computador em 1985, aos 14 anos, quando foi *office-boy* da Micromega, empresa com sede em Novo Hamburgo. Depois, trabalhou diretamente com equipamentos e sistemas. “Sempre fui doido por informática, embora não tivesse formação, era usuário. Usava BBS. Quase ninguém tinha conhecimento de informática na época. Poucos tinham computador”, acrescenta Joner. A idéia de montar um cibercafé surgiu no início de 1996, quando era corretor de imóveis. O rapaz fez um curso de inglês e depois ingressou em um curso de espanhol. A professora sugeriu, para melhorar o aprendizado dos idiomas, o acesso à rede mundial. A idéia da professora mexeu com a cabeça de Joner. Ele ainda, em visita a familiares no Uruguai, conheceu os cyberbares e como estes funcionavam. Entrou em contato com o cunhado Marcus Schmidt e os dois resolveram montar o negócio. O valor estimado para o investimento, na época, foi entre R\$ 30 mil e R\$ 50 mil.

Marcus Schmidt, juntamente com o sócio João Joner, lançou o empreendimento no Centro de Novo Hamburgo, em uma sala com mezanino. Neste último, tinha três computadores com acesso à Internet para uso dos clientes e mais um servidor ligado diretamente ao provedor Conex., através de uma linha privada. A comunicação era comandada por dois *modems* corretores de erros e com ferramentas que garantiam maior velocidade dos equipamentos. Os sócios pagavam o equivalente hoje a R\$ 1.500,00 por mês para ter um *link* dedicado. Não existia banda larga, somente a discada. Inicialmente, uma

empresa que tinha um *link* com a Brasil Telecom cedeu uma “porta” para os dois jovens, que pediram um canal de voz entre o cibercafé e o referido estabelecimento. Era uma linha aberta que possibilitava conversa entre os sócios do Cyber Café e o pessoal da empresa. Isto era comum em firmas que tinham filiais, na época, constata Schmidt. Por este canal de voz, a mencionada empresa ligou a Internet para o cibercafé. Os três computadores e um servidor estavam ligados no canal de voz, que era a Internet, controlada pela empresa.

No térreo era servido café de vários tipos e tinha máquina de café expresso. Também um cardápio de sanduíches, alguns petiscos e bebidas (cervejas e refrigerantes). O funcionamento era das 8 horas às 23 horas. Havia um garçom, à noite. E, além dos sócios, a irmã de Schmidt também ajudava. Conforme ele, a parte do ciber não era rentável. Poucas pessoas procuravam o acesso à Internet em um cibercafé para pesquisar alguma coisa. Era uma novidade. Diante da pouca procura à Internet, os dois jovens conseguiam lucro vendendo bebidas, cafés e lanches. Também organizavam festinhas, principalmente aniversários, e as pessoas usavam computador, como parte do “pacote”. Joner e Schmidt entraram com os documentos necessários para registrar a marca Cyber Café. No entanto, venderam o ciber antes dos papéis de registro serem concluídos. O comprador foi um empresário de Porto Alegre, que colocou o negócio na capital, aumentando para 20 computadores. A primeira vez que Schmidt ouviu falar em cibercafé foi através de Joner, que era funcionário de uma empresa que lidava com computadores, BBs. Esta empresa foi a mesma que cedeu o *link* para que fosse montado o cibercafé. Segundo Schmidt, Joner comentava sobre os cibercafés que já existiam no Uruguai. Ele nunca havia freqüentado um cibercafé e conhecia somente por ter visto em revistas. O que sabia era de que se tratava de um local em que as pessoas tomavam café e usavam a Internet.

Entre os problemas enfrentados pelos novos empreendedores do Cyber Café, além do pouco público, estava a própria Internet, que caía muito. Às vezes, o local ficava uma manhã inteira desconectado. E ninguém sabia o motivo e nem a solução. O local seguiu à risca o que era e ainda é a proposta de um cibercafé

e não tinha jogos. Na época, os sócios acreditaram que os *games* “iriam juntar muita gurizada” e que não daria lucro. O público do novo ciber era variado, desde jovens que saíam do colégio, até homens que chegavam ao local, pediam um uísque e ficavam na máquina navegando em *sites* como a Playboy, por exemplo. Os clientes “cativos”, que freqüentavam seguidamente, eram poucos. Conforme Schmidt, pouquíssimas pessoas tinham computador em casa e, com Internet, menos ainda. Segundo ele, os clientes ficavam surpresos com a velocidade do computador. Digitavam o endereço e já aparecia a tela na hora. Era novidade e a maioria tinha medo de usar. Os freqüentadores não conheciam direito a máquina, não sabiam navegar e nem o que procurar na rede, mas achavam legal. No ciber também tinha um estudante que ajudava os clientes, dando dicas. Muitos queriam ter em casa algo igual, mas não havia Internet rápida naquela época. Depois de ser o pioneiro nesta área, Schmidt acompanhou o crescimento dos cibercafés “de longe”. Atualmente, a opinião dele é que “o ciber isolou mais as pessoas. Tu entra e o cara está focado naquela máquina, no mundinho dele, trocando e-mail, conversando. É uma nova forma de estar em sociedade, não sei se está certa, mas está acontecendo”. Na época, Schmidt acreditou que teria mercado, mas a realidade foi outra. “A gente queria que o pessoal se interessasse em fazer pesquisa escolar, mas acho que estávamos à frente do nosso tempo”, conclui Schmidt.

O Cyber Café também serviu de espaço, segundo Joner, para três Ircontro. Eram encontros para que as pessoas que utilizavam a Internet e participavam de bate-papo na rede pudessem se conhecer. O evento recebeu público de diversos Estados do Brasil. “As pessoas que conversavam na rede não tinham como se conhecer. Não existia *orkut*, MSN. Mudou tanto que falar desta forma até parece esquisito”, enfatiza Joner. O inovador Cyber Café não deu certo (abriu em maio de 1996 e fechou em janeiro de 1997), segundo Joner, “porque era muito arrojado para a época. Estávamos à frente do nosso tempo, aqui na cidade”. Ele acrescenta que os clientes tinham medo de cometer gafes, fazer fiasco e muitos não sabiam nem pegar no *mouse*. O negócio não decolou, mas abriu portas para Joner. Ele foi convidado para trabalhar em uma multinacional da área de informática, onde se tornou um importante executivo, até 2006, quando largou tudo e foi morar em uma fazenda em Canela.

Na já citada reportagem do Jornal NH, de junho de 1996, foi mencionado que uma nova mania estava conquistando adeptos em vários países do mundo. Os tradicionais pontos de encontro, os bares, estavam ganhando computadores interligados à rede mundial e mudando o nome para cybercafés ou cyberbares. Entre 1995 e 1996, em 12 meses, Nova York ganhou pelo menos cinco casas. No Brasil, quatro capitais, São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Belo Horizonte já tinham cybercafés. A reportagem de João Ávila cita, na página 8 do Caderno de Informática, que “na Região Sul, pioneirismo é de Novo Hamburgo”. No entanto, na página 9, a mesma matéria acrescenta que embora as diretorias dos cybercafés afirmassem que eram as primeiras da Região Sul, uma semana antes, havia sido inaugurado um estabelecimento comercial oferecendo serviços da Internet. O Press, localizado na Rua Mostardeiro, 591, em frente ao Parcão, em Porto Alegre, havia colocado um computador ligado à rede mundial. O espaço para a Internet ficava no térreo, junto ao bar. No andar superior havia outro bar e danceteria. Portanto, Porto Alegre seria pioneira. Joner, atualmente, ainda contesta a informação e diz que o cybercafé que montou estava funcionando desde maio. Mesmo assim, sem dúvida, Novo Hamburgo seria a primeira cidade do interior da Região Sul do Brasil a oferecer um cybercafé.

O Advance Reality começou com dez máquinas e funcionava das 12 às 24 horas. Os sócios Marcelo Nunes, Geraldo Duarte e André Schneider investiram no negócio, na época, aproximadamente, R\$ 60 mil reais, conforme o jornalista Ávila em sua reportagem de 1996. O local oferecia, além de todos os serviços de bar, computadores de última geração ligados com o provedor Via-RS, da Procergs – Companhia de Processamento de Dados do Estado do Rio Grande do Sul, através de uma linha dedicada de 64 bits. A intenção, segundo Nunes, era “oferecer uma estrutura de realidade virtual”. A intenção era oferecer lazer e bem-estar junto com possibilidade de pesquisa.

4.4 LAN HOUSE E CIBERCAFÉ. DIFERENÇAS E APROXIMAÇÕES

É necessário esclarecer a diferença entre *lan house* e cibercafés. O conceito de *lan house* aparece pela primeira vez na Coreia, por volta de 1996, tendo sido introduzido no Brasil dois anos depois. Conforme o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br), a *lan house* tem como fim principal a prática de jogos de diversão, embora o equipamento também possa ser usado para fins de informática. A sigla LAN refere-se a Local Area Network (em português, rede de área local). Rede utilizada na interconexão de computadores e equipamentos dentro de uma mesma edificação ou de um grupo de edificações próximas, com a finalidade de permitir aos usuários a troca de dados, compartilhamento de impressoras, o manejo de um computador comum etc. *Lan House* é um estabelecimento comercial onde pessoas podem pagar para utilizar um computador com acesso à Internet, com o principal fim de jogar em grupo. Os computadores de uma *lan house* estão ligados em rede uns aos outros, o que torna possível jogar um determinado *game* com vários clientes em computadores diferentes e ao mesmo tempo (uns contra outros, por exemplo). *Lan houses* são espaços destinados a jogos; cibercafés são destinados ao acesso à Internet. Na teoria, a realidade hamburguesa mostra outra situação, que será descrita mais adiante.

Conforme o Cetic.br (Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação), quase metade (49%) dos internautas brasileiros acessa a rede mundial de computadores por meio de centros públicos pagos (cibercafé e *lan houses*). Somado ao grande índice de exclusão digital no País – de acordo com a pesquisa do Cetic.br, 59% dos brasileiros nunca acessaram a internet e 47% nunca viu um computador. Esse dado mostra o grande potencial de crescimento do mercado de *lan houses* e cibercafés, principalmente nas regiões mais pobres, pois a maior fatia do público que frequenta esses locais (74%) pertence às classes D e E. O Cetic.br é responsável pela produção de indicadores e estatísticas sobre a disponibilidade e uso da Internet no Brasil, divulgando análises e informações periódicas sobre o desenvolvimento da rede no País.

Segundo o advogado Carlos Mateus (2006), em artigo publicado sobre o tema, *lan house* é um local aberto ao público em horas predefinidas como qualquer outro estabelecimento comercial, onde as pessoas pagam para utilizar um computador ligado em rede e com acesso à Internet. A conexão desses diversos computadores em rede local (intranet), ou ligados à Internet, instalados num determinado espaço físico, de acesso público, tem múltiplas finalidades. Tem, em regra, espaço para vários usuários espalhados pela sala, correspondendo o preço a um determinado tempo de utilização do aparelho eletrônico e seus correlatos, conforme Mateus (2006).

Nos jogos praticados não há pagamento de prêmios; não há prolongamento de utilização gratuita dos computadores face à pontuação obtida; o resultado do jogo depende da perícia do usuário; não há apreensão de objetos de qualquer valor econômico (MATEUS, 2006, p. 4).

Ele acrescenta que as relações jurídicas nascidas entre quem pretende usar o computador e o respectivo equipamento não dependem da observância de forma especial, nem há, em regra, qualquer forma convencional. Quanto ao contrato, fica concluído quando a parte interessada em usar o computador, tendo conhecimento do regulamento (regras da casa), dá o seu assentimento ao conteúdo do mesmo. “Ela sabe que há normas a observar, que tem de pagar uma quantia certa por um determinado tempo” (MATEUS, 2006, p. 5).

Na *lan house* é possível ver-se crianças, jovens e adultos, homens e mulheres das mais variadas idades, raças, línguas, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação econômica ou condição social. Esta pesquisa busca a observação dessa diversidade nos ambientes na zona central de Novo Hamburgo. “O estabelecimento tem uma função didática junto dos utilizadores dos computadores e é uma forma de ocupação de tempos livres, sabendo muitos pais que ali os seus filhos se encontram em segurança” (MATEUS, 2006, p. 6). O ambiente proporciona o aprendizado do mundo da informática, conforme o advogado, e os jovens vão instruindo-se, ao mesmo tempo em que se divertem e desenvolvem o intelecto. Ele acrescenta que há *lan*

houses com sistema de vídeo-vigilância conectado à Internet, “facultando aos pais e encarregados de educação aceder ao sítio do estabelecimento via Internet, mediante prévio acordo e obtenção de uma senha pessoal, e vigiar a presença ou a ausência dos seus filhos e educandos” (MATEUS, 2006, p. 6).

O cibercafé é outro espaço público, um estabelecimento de bebidas e alimentos a possibilitar também a utilização simultânea de computadores ligados à Internet, conforme Mateus (2006). Trata-se de uma loja comercial do ramo hoteleiro onde os clientes podem aceder à Internet em computadores preparados para o efeito. Ultimamente, têm aparecido estabelecimentos com o nome de cibercafé com jogos em rede, o que desvirtua a idéia primitiva daquele tipo de negócio, pois tratam-se de verdadeiras *lan houses*, pretendendo os seus proprietários conferir-lhes uma outra roupagem. Este tipo de negócio é caracterizado por oferecer aos seus clientes ambientes onde são servidos vários tipos de bebidas e alimentos, tais como: café expresso, capuccinos, *shakes*, chocolate quente, doces e salgados, além dos serviços de locação de computadores conectados à Internet para acesso dos clientes, que poderão participar de bate-papo, enviar e receber e-mails, etc. (MATEUS, 2006, p. 7).

É interessante mostrar também o que a imprensa local (Novo Hamburgo) estava publicando sobre o assunto. Na reportagem do Jornal NH, no Caderno de Informática, em 1996, quando ainda os cibercafés estavam começando a surgir, a constatação é seguinte:

Os cyberbares têm função bastante dinâmica. Aquelas pessoas que apreciam um local agradável para conversar com os amigos enquanto saboreia um drink ou um lanche, passam a ter mais uma opção. Já quem prefere usufruir dos recursos da máquina para acessar o mundo, ganha um ambiente com toda a tecnologia disponível no mundo ao seu alcance e com preço relativamente baixo. Agora, quem prefere unir os dois prazeres, estará realizado com uma oferta desta natureza (ÁVILA, 1996, p. 8).

4.5 CHEGANDO AO CAMPO DE PESQUISA

A partir de agora esta pesquisa apresenta mais detalhes sobre os espaços públicos de acesso ao ciberespaço, mostrando ainda mais particularidades do comportamento social associado à Internet. Em um primeiro momento, a escolha era colocar as fotografias a partir desse capítulo. Mas outra decisão foi a que prevaleceu. Algumas fotos dos locais foram mostradas desde a introdução, como fio condutor entre a teoria e a prática e também como parte da multi-etnografia.

4.5.1 Café Paris



Figura 22: Espaço do Café Paris em 2008

Fonte: Pesquisa do autor

Café Paris, cenário de 2008, quando ainda estava aberto e recebia clientes para acesso à Internet em sete computadores, no segundo andar do prédio (Figura 22). Na época era um dos maiores cibercafés da cidade e o que mais se aproximava do conceito descrito anteriormente, porque não tinha acesso a games. Ao lado desse ambiente estava o restaurante. Após o almoço ou lanche muitos aproveitavam para ficar conectados.

Foi o primeiro local observado na cidade hamburguesa. Um espaço de acesso pago à Internet que remete ao conceito de cibercafé, anteriormente citado. O Café Paris foi pesquisado e observado em 2007 e durante 2008. Mas, no final de 2008, o local fechou. Como mencionado antes, a decisão foi por manter na pesquisa o que até então fora coletado. Estava localizado em ponto central de Novo Hamburgo, na Rua Joaquim Nabuco, em dois pisos. No térreo funcionava um espaço para lanches – cafeteria, padaria e confeitaria – assim definido pelo proprietário Antonio Schmitt. Próximo ao balcão, cheio de doces e salgados, estavam mesinhas de bares, coloridas, com quatro cadeiras. Em frente a este espaço público, três computadores que possibilitavam acesso à Internet. Um local conhecido no espaço urbano das cidades (cafeteria, padaria, confeitaria), agregando as novas tecnologias. Nota-se aí um espaço de intersecção entre o ciberespaço e o espaço urbano. Diante da procura, o local foi ampliado. Uma escadaria de madeira levava os clientes ao segundo andar. Na primeira parte do ambiente tinha uma sala com algumas prateleiras com livros, definida como livraria pelo proprietário. Na seqüência, tinha sete computadores, um ao lado do outro, com as devidas cadeiras. Em seguida, um desenho de uma mulher elegante na parede com o nome do estabelecimento: Café Paris. O proprietário definia o espaço também como um cibercafé, e bastante procurado para acessos, mas na opção do nome remetia aos antigos cafés. Ainda oferecia sistema *wi-fi*. O contemporâneo e o antigo.

O deslumbramento estava na união das novas tecnologias e a decoração que remetia ao imaginário dos antigos cafés. Toda a mobília foi cuidadosamente feita para dar a conotação e o charme de se estar em um dos antigos cafés de Paris. As 16 mesas eram redondas, de mármore, em tons de marrom. As

cadeiras, quatro em cada mesa, tinham o encosto arredondado e foram feitas de madeira escura, tipo envelhecidas. Nas paredes, também em madeira em tom escuro, foram colocadas 12 fotos grandes, em preto e branco, de vários locais turísticos de Paris. Embaixo de cada foto tinha o nome e uma breve explicação histórica sobre os locais, como Torre Eiffel, Arco do Triunfo, árvores de Paris em belas paisagens, bairros à beira do Sena, arquitetura gótica, Catedral de Notre-Dame. Ainda nas paredes, ao redor de todo o espaço, havia uma espécie de caneleta onde eram colocados livros, todos pequenos, tipo de bolso. No lado esquerdo, na entrada, logo após o espaço dos computadores, estava o bar.



Figura 23: Antigos cafés da França inspiraram decoração do Café Paris

Fonte: Pesquisa do autor

Decoração do Café Paris remetia aos antigos cafés da França, inclusive com fotografias na parede de alguns locais turísticos do país. No entanto, nas mesas que lembravam o século XIX, estava a conexão virtual ao contemporâneo século XXI. O local tinha *wi-fi* (Figura 23).

No balcão (madeira em tom escuro) estava a máquina de café. Vários copos pendurados davam um toque especial ao local. Uma funcionária servia os lanches, sucos, cafés, bebidas. O almoço era servido a partir das 11 horas e custava R\$ 7,50. O café expresso era R\$ 1,50. O público do Paris era bem variado, desde crianças até pessoas que acessavam a Internet para trabalho ou pesquisa. O custo era R\$ 2,90 a hora (realidade de 2008). Muitas pessoas acessavam no intervalo do emprego. No horário do meio-dia, a maioria dos usuários era trabalhadores que usavam bastante para enviar e ver e-mail particular ou *sites* de relacionamento, porque não podiam acessar na empresa. O pessoal estava acessando, tomava um cafezinho ou um suco, fazia um lanche. Tanto no térreo como no segundo piso. Diferente de uma *lan house* onde há gente jogando. Neste local não havia acesso a *games*. Era o que mais se aproximava de um conceito de cibercafé. Durante acesso à rede era difícil alguém conversar. As pessoas ficavam bem concentradas, não olhavam muito para os lados. Geralmente, pediam um café e ficavam em frente ao computador. Depois do almoço, muitos entravam na Internet, mas para pesquisas rápidas. Quando alguns clientes faziam pesquisa muito demorada, acabavam almoçando no cibercafé e voltando para pesquisa.

Foi possível observar no Café Paris público de diferentes idades, em horários diferenciados. O acesso por motivos variados, mas aproveitando também para saborear um suco, um sanduíche, um café. Pessoas que não tinham tempo de ir para casa almoçar aproveitavam o espaço. No entanto, alguns, também não podiam esperar até o final da tarde ou à noite para acessar, ficar conectado com o resto do mundo. Motivações variadas para acessos variados.

Depois de quase um ano fechado, o local foi reformado e abriu o Café Hollywood, que também tem *wi-fi*. Com uma decoração moderna, fashion, mas sem acesso à Internet. Segundo os funcionários, a intenção era de que, ainda em 2010, o espaço também teria conexão à rede mundial de computadores.

4.5.2 Cibercafé e *Lan House* Eh Fróid's



Figura 24: Espaço do Café Eh Fróid's em 2008

Fonte: Pesquisa do autor

Café Eh Fróid's, cenário de 2008. O local fechou em 2009. Mesas e cadeiras para lanches em frente a dois computadores para acesso à Internet, mas sem possibilidade para jogos. Na sala ao lado, mais escura, tinha 16 computadores que possibilitam até games em rede (Figura 24).

O Cibercafé e Lan House Eh Fróid's (expressão utilizada em *chat* de bate-papo) estava localizado na Avenida Nações Unidas, centro de Novo Hamburgo. O local foi observado desde 2007, seguindo em 2008 (já para o mestrado) e em parte de 2009, quando o espaço fechou. A pesquisa já realizada foi mantida nessa dissertação.

O Eh Fróid's tinha três ambientes. A recepção, onde os clientes eram atendidos, cadastrados e encaminhados para a máquina disponível. Em seguida estava o bar, onde serviam lanches, cafés e bebidas. Em frente tinha duas mesas com cadeiras e dois sofás pequenos. Ao lado, dois computadores. Apenas nesses não havia acesso a jogos. Nos outros 16 computadores disponibilizados na terceira sala do local, o acesso era quase exclusivo para jogos. Esta parte ficava na penumbra, com a maioria das luzes desligadas. No entanto, conforme uma das sócias e gerente de marketing, Flávia Suzane Borges, o público também usava para acesso à Internet, *e-mail*, *orkut*, etc. As salas, praticamente sem separação, tinham aberturas bastante amplas. Todas as paredes internas eram pretas. Na parte dos jogos havia sofás estofados, confortáveis. As máquinas eram separadas por divisórias de acrílico transparente. Ficava aberto 24 horas.

Conforme Flávia Suzane Borges, o Eh Fróid's tinha mais dois sócios. Foi inaugurado em maio de 2006. Desde o início foi cibercafé e *lan house*. Cobrava R\$ 3,50 a hora (realidade de 2009). A opção do cibercafé era para o cliente que, ao fazer *happy hour*, poderia também acessar à Internet, fazer trabalhos e aproveitar para lanchar, comprar salgadinhos, refrigerantes. Não eram vendidas bebidas alcoólicas. Uma das diferenças entre os clientes da *lan* e do ciber eram as idades. Os mais jovens, até 20 anos, procuravam jogos. O perfil dos que gostavam mais da Internet seria dos 20 a 40/50 anos. Durante o dia, pessoas de mais idade. Alguns clientes freqüentavam diariamente. O usuário sempre chegava ao estabelecimento motivado pelo acesso. Alguns aproveitam para lanchar. A estimativa era de que o local tinha quatro mil clientes cadastrados. A sócia Flávia também é dona de sala de bate-papo. Segundo ela, os clientes interagiam na entrada e saída com proprietários e funcionários e alguns se encontram, mas a conversa era mais específica com a máquina. Dos freqüentadores, 60% eram mulheres e preferiam o acesso à Internet durante as tardes. As mulheres não costumavam jogar. Dos clientes, 20% tinham computador em casa e preferiam o ciber. Outros 80% não tinham computadores ou estes estavam estragados. Dos quatro mil, 40% são ativos, frequentavam no mínimo uma vez por semana. Todos os números foram repassados pela empresa, diante de seu cadastro.

4.5.3 Café Mule & Bule



Figura 25: Wi-fi no Café Mule & Bule, no shopping, em 2008

Fonte: Pesquisa do autor

Café Mule & Bule, no primeiro andar do shopping de Novo Hamburgo, em 2008. O local fecha em 2009 e reabre em 2010 no segundo andar do prédio, completamente modificado. Na foto, *wi-fi* sendo testado pelo pesquisador já na proposta de observação-participante (Figura 25).

No shopping, em Novo Hamburgo, o Café Mule & Bule oferecia acesso à Internet, sistema sem fio, conforme a gerente operacional do estabelecimento, Graziela Cecília Ramos, 21 anos, que concedeu entrevista para este trabalho no dia 23 de abril de 2008, às 11 horas. O café existiu, no térreo, bem na entrada do shopping, por seis anos. Fechou por um período no segundo semestre de 2009, diante das reformas do shopping, e reabriu no segundo piso, já na praça de

alimentação, ao lado de vários outros espaços para lanches. Perdeu a identidade específica que tinha no térreo. Por isso, essa pesquisa decidiu manter apenas o que já havia sido pesquisado quando o café ainda estava na entrada do shopping.

O Mule & Bule também possuía uma cozinha no subsolo. O público era variado. Pela manhã tinha mais adolescentes para tomar café. Perto do meio-dia, o público predominante era composto por homens. O local oferecia almoço, pratos prontos, à la carte, filés, frangos, saladas, massas, molhos variados, sanduíches, frios, quentes, torradas e variedades de cafés, inclusive gelado ou com uísque. Tinha 23 mesas e capacidade para 118 lugares. A decoração era inspirada nos calçados, em homenagem a Novo Hamburgo, “capital nacional do calçado”. Todos os pratos tinham nomes alusivos ao tema, como sapatilha, cadarço, bico fino, etc. Como parte da decoração, o Museu do Calçado fazia exposição de peças históricas nas vitrines, que eram trocadas conforme a estação. O nome do café também é uma alusão ao sapato. Mule é um calçado feminino. E o bule é o utensílio utilizado para fazer café. No logotipo tem um sapato no M e um bule no B.

4.5.4 Real Videolocadora e Lan House

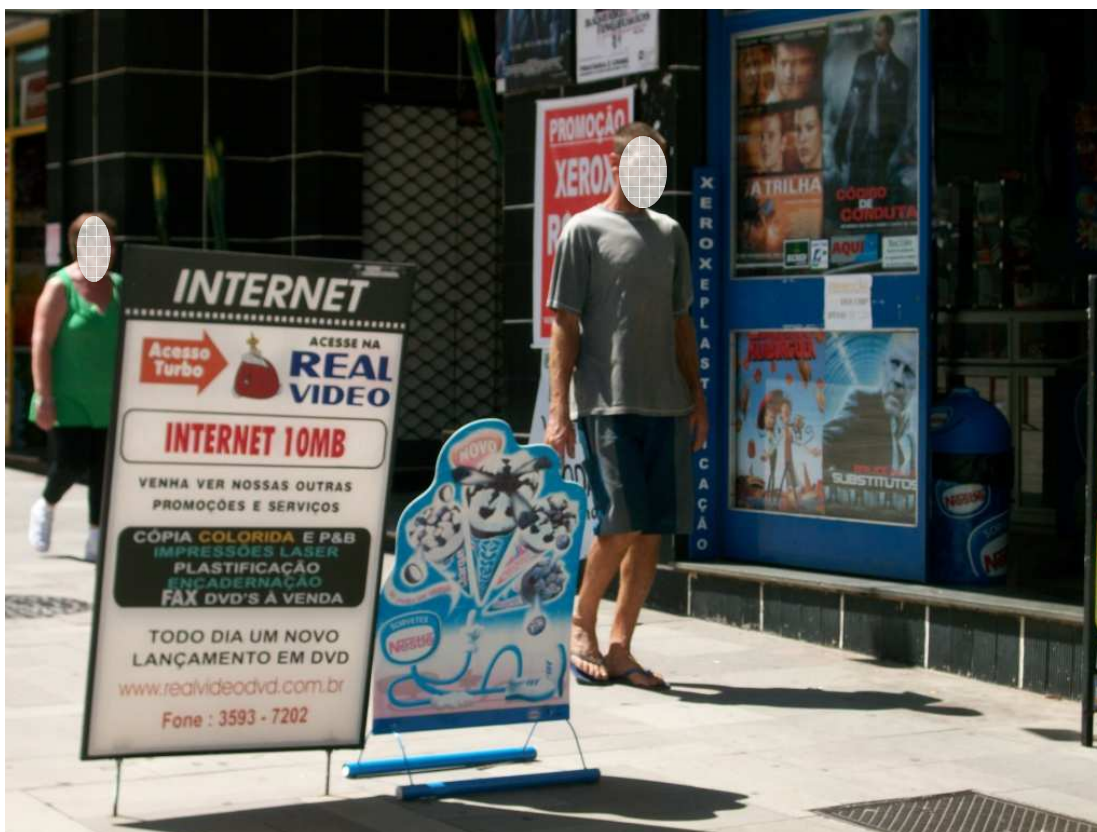


Figura 26: Real Videolocadora e Lan House no Calçadão Oswaldo Cruz

Fonte: Pesquisa do autor

Calçadão Oswaldo Cruz no Centro de Novo Hamburgo. Placas mostram local de acesso pago à Internet, ao mesmo tempo em que indicam cartazes de filmes e detalhes sobre a videolocadora (Figura 26).

No Calçadão Oswaldo Cruz, em Novo Hamburgo, outro espaço de conexão paga é encontrado em uma videolocadora. Conforme o proprietário, Sérgio da Rocha Gomes, 44 anos, agregar as novas tecnologias foi uma forma de atrair clientes e aumentar o lucro. É um espaço pequeno, com três funcionários e oito computadores, que ficam de frente para uma das paredes, cobertas com cartazes de filmes, totalmente inseridos no ambiente. A maioria dos clientes utiliza o ambiente para acesso à Internet. Há poucas opções de

games. No espaço também há máquinas copiadoras, salgadinhos e refrigerantes. Não há bebida alcoólica.



Figura 27: Lan House no calçadão – parte do público é casual

Fonte: Pesquisa do autor

Em outro detalhe da fachada nota-se a placa identificando o espaço como lan house. Pela localização no calçadão, onde há um volume grande de circulação de pedestres, parte dos usuários que busca acesso à Internet é cliente casual (Figura 27).

Embora o nome seja *lan house* este espaço tem particularidades diferentes do que “seria” uma *lan*, diante dos conceitos já citados. Não houve aposta nos *games*. Há uma lista na parede de alguns jogos possíveis, mas são poucos, por causa da potencialidade das máquinas. Conforme o proprietário, quem gosta de jogar vai procurar um ambiente com *games* atualizados, de última

geração. Mas esta foi uma opção de Sérgio Gomes. Mais clientes para acesso e não para jogos.



Figura 28: Os oito computadores dividem o ambiente com os cartazes de filmes

Fonte: Pesquisa do autor

A videolocadora foi fundada em 2004 e a *lan house* surgiu em 2007. Neste caso, o negócio de vídeos agregou os computadores. A intenção, segundo Gomes, era ampliar o faturamento. O prédio fica no único calçadão de Novo Hamburgo, onde há uma aglomeração de pedestres.

4.5.5 Espaço 10 Lan House e Café



Figura 29: Entrada na galeria com mesinha



Figura 30: Público variado chega ao local



Figura 31: Térreo: atendimento, pagamento



Figura 32: Escadaria para o segundo piso



Figura 33: Pintura e conexão com o mundo



Figura 34: Aumento de 3 para 14 máquinas

O Espaço 10 fica na Galeria do Calçado, na Rua Magalhães Calvet, no Centro de Novo Hamburgo. Foi videolocadora e *lan house* até início de 2009. A partir de então passou a chamar-se Espaço 10 Lan House e Café. Na frente há mesinhas de bares para lanches. Logo na entrada, está a atendente, cercada por um balcão com salgadinhos, balas, chocolates, perto do freezer com refrigerantes. Ela tem dois computadores: um controla os horários das máquinas do andar de cima e outro possibilita acesso à Internet. Conforme os proprietários, Ricardo Kasper Junior, 26 anos, (idealizador e fundador do local), e Estefani Santiago, 20 anos, o local foi fundado em 2007 com apenas quatro computadores. Em três anos passou para 14 computadores. A média diária de ocupação do número de máquinas é de 70%.

O local funciona de segunda a sábado das 8h30 às 20h30, sem fechar ao meio-dia. E nos domingos das 14 horas às 19 horas. O preço do acesso à Internet na parte da manhã é de um real por hora, porque há menos movimento. A partir da tarde o preço sobe para três reais e a clientela também aumenta bastante. O espaço também oferece xerox, digitação, impressão, fax, gravação de CD e DVD. A atendente também auxilia e elabora e imprime currículos, geralmente para pessoas que não têm computador em casa. Também é feita a intermediação para quem precisa de assistência técnica em computador, formatação e instalação de Windows.

Conforme Estefani, a opção de mudar de videolocadora para café foi para atrair mais público. Os proprietários chegaram à conclusão de que o lanche e o acesso à Internet seria uma combinação perfeita. Os usuários podem lanchar ou até mesmo almoçar livremente enquanto estão conectados. Os cafés oferecidos são: expresso, com leite, capuccino, mocaccino e chocolate. Os lanches são pastel, mini-pizza, pão de quijo, pão de batata, folhados, sanduíches naturais, xis, cachorro-quente, torrada, alaminuta, fritas e iscas de carne. Depois que aumentaram as possibilidades do cardápio, conforme Estefani, o movimento também aumentou. E quase sempre quem come também aproveita para acessar a Internet. Os proprietários têm outra *lan house* no bairro Guarani. Segundo eles, a clientela é diferenciada daquela do centro, porque é bar com sinuca e

lancheria. No canto esquerdo há uma escadaria que leva a uma sala no segundo andar. Neste espaço há 14 computadores para acesso livre. Na parede há uma decoração bastante criativa.

Da mesma forma como aconteceu com a Real Lan House, a Espaço 10 também tem uma clientela “construída” pela localização. O local fica em uma galeria, rodeada de lojas de calçados. Na Rua Magalhães Calvet, em frente, é um dos pontos de grande concentração de comércio de sapatos, inclusive procurado por turistas de compras. Este fator fez com que a Espaço 10 recebesse como usuários boa parte dos funcionários dessas lojas.

Para atrair o usuário casual, ou o que quer o acesso rápido, também são feitos pacotes promocionais. O preço por hora é três reais. Mas no pacote: seis horas por 15 reais; 10 horas por 24 reais; e 15 horas por 35 reais. No entanto, o cliente paga e vai usando conforme precisa. Não há a obrigatoriedade de usar todo o tempo no mesmo momento. Foi a forma encontrada para trazer de volta aquele que seria casual e não retornaria. O controle é feito através de uma conta com senha.

4.5.6 Manéh Café



Figura 35: Conveniência, café, Internet



Figura 36: Local tem mesinhas na calçada



Figura 37: Vários computadores usados

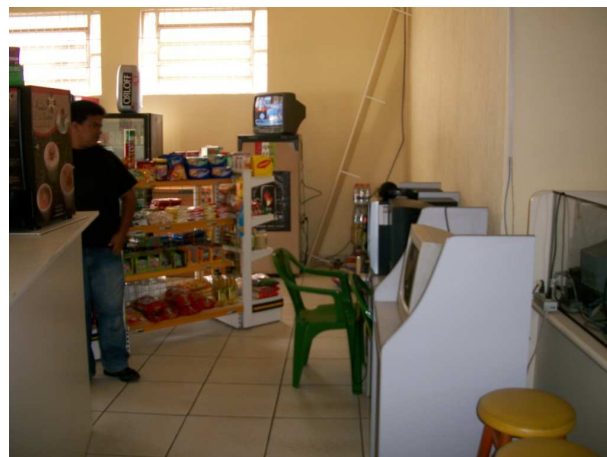


Figura 38: Lanches, salgadinhos e bebidas

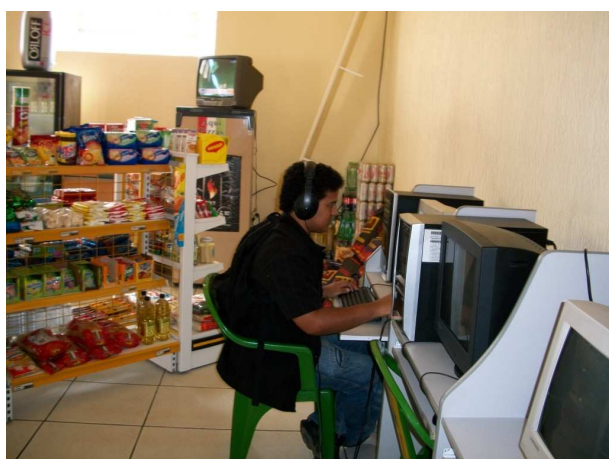


Figura 39: Tevê, música e conexão



Figura 40: Sete computadores à disposição

Fonte: Pesquisa do autor

O espaço Manéh Café começou a fazer parte desta pesquisa em janeiro de 2009, quando o Café Paris fechou. Na verdade, o local, na Avenida Pedro Adams Filho, bairro Pátria Nova (junto ao Centro, uma quadra da divisa entre os dois bairros, portanto na zona central) já estava sendo observado informalmente desde julho de 2008 quando foi inaugurado. Conforme o proprietário Airton Justino, 43 anos, com a lei municipal que proibia lojas de conveniência após meia-noite nos postos de combustíveis, ele resolveu aproveitar o filão. Uma peça ampla com mesinhas e cadeiras, onde são vendidas bebidas alcoólicas (cerveja, uísque, vinhos, etc), cigarros, lanches rápidos, salgadinhos, biscoitos, sucos, sorvetes e vários outros artigos. Na calçada, em frente, também foram colocadas mesas e cadeiras para os clientes. Fica aberto a noite toda às quintas, sextas e

sábados. Demais dias também entra na madrugada, conforme a clientela. Justino, para concorrer com o Eh Fróid's, pois só os dois possibilitavam conexão em espaço público na madrugada na cidade, cobra dois reais a hora. No outro local, que fechou, era R\$ 3,50 (2009).

Justino abriu o Manéh Café e, para ter mais um ingrediente atrativo, resolveu possibilitar o acesso ao ciberespaço, com quatro micros no canto do prédio. Seis meses depois, em janeiro de 2009, Justino estava completamente surpreso com o sucesso da Internet no ambiente. Inclusive, estava projetando ampliar o número de máquinas. A sociabilidade *online* e *offline* que nasceu e cresceu com o lugar era extremamente importante e interessante para ele (e passou a ser também para esta pesquisa). O proprietário confessou que quis, sem maiores pretensões, oferecer mais uma opção ao cliente e viu-se, inclusive, beneficiado pela publicidade na rede. Os usuários faziam automaticamente propaganda do Manéh durante o bate-papo *online*. O ponto virou uma intersecção entre o físico e o ciberespaço. A localização do espaço de acesso também influenciou no perfil de diferentes públicos, como aconteceu com os outros locais. Manhã, tarde e noite grupos diferentes buscam a conexão.

O local começou em 2008 com quatro computadores. Em agosto de 2009 foram colocados mais três, com intenção de mais ampliação. A demanda aumentou, principalmente das 12 horas às 13h30 e nas madrugadas. Detalhe interessante: o público, principalmente da noite, começou a aumentar no Manéh logo depois que o Eh Fróid's fechou.

No capítulo seguinte o foco será o elo entre o físico e o virtual com uma discussão entre vários autores, contrastando com a realidade dos ambientes de acesso pago à Internet encontrados em Novo Hamburgo.

5 NO ELO ENTRE O FÍSICO E O VIRTUAL

Já é possível visualizar com mais detalhes o cenário urbano hamburguense com as novas práticas sociais e interações que estão acontecendo nos espaços públicos de acesso pago à Internet. Surge, então, a necessidade de discutir e levantar conceitos que possam ser úteis na interpretação desses ambientes que servem de elo entre o físico e o virtual. O objetivo é focar um pouco mais nesses fundamentos teóricos, colocando-os em paralelo aos acontecimentos práticos no campo. A intenção nesse capítulo é tensionar os autores e também colocá-los do “lado de fora” da Internet. Para isso, então, é preciso analisar pessoas e grupos nas aproximações do comportamento social *online* e *offline*. Os casos explicitados representam os muitos outros de mesmo perfil, observados durante toda a trajetória de busca de informações no campo. Não cabe, em nenhum dos exemplos ou situações colocadas nessa pesquisa, julgamentos. Antes, são constatações e reflexões.

Há conceitos de vários autores que podem ser relacionados ou aproximados aos espaços abordados nessa pesquisa. Os locais podem ser definidos como não-lugares, espaços intersticiais, territórios informacionais, terceiros lugares e outros. Do comportamento social relacionado à Internet surgem interações, relações e laços sociais como elementos de conexão. A intenção é discutir essas conceituações a partir de exemplo práticos encontrados no campo, dentro e fora da rede.

Bauman (2007) nos fala de desafios inéditos, um ambiente novo, sem precedentes para atividades da vida individual, que seria a passagem da fase “sólida” da modernidade para a “líquida”. Conforme ele, os laços inter-humanos, antes seguros, investimentos de tempo e espaço, se tornam cada vez mais frágeis e temporários. Cada vez mais a “sociedade” está sendo vista e tratada como uma “rede” e não como uma “estrutura”. “Ela é percebida e encarada como uma matriz de conexões e desconexões aleatórias e de um volume essencialmente infinito de permutações possíveis” (BAUMAN, 2007, p. 8-9).

Essa pesquisa busca amparo teórico no que relata o autor. A sociedade como uma rede, uma matriz de conexões e desconexões.

O que é percebido na zona central da cidade hamburguense também pode ser ancorado no que afirma Lucia Santaella (2007):

Desde a explosão do universo digital que trouxe consigo a emergência do ciberespaço, o conceito de espaço veio se tornando moeda cada vez mais corrente, especialmente a partir da difusão extraordinária dos equipamentos móveis – telefone celular, laptop, palmtop, PDAs (Personal Digital Assistants), conexões *wi-fi* (sem fio), cuja descrição de usos, dos comportamentos que acionam, dos efeitos psicossociais que provocam, vê-se acompanhar por termos como “nomadismo”, “ubiquidade”, “bordas” e espaços fluidos”, “território”, “desterritorialização”, “rizoma”, “lugar”, “não-lugar”, todos termos pertencentes ao campo semântico do espaço (SANTAELLA, 2007, p. 156).

5.1 ATORES SOCIAIS, MOTIVAÇÕES VARIADAS E CONEXÕES

Todos os espaços públicos de acesso pago à Internet que foram pesquisados abrigam públicos variados. Diferentes motivações de acesso, classes sociais, perfis e idades. Foram observadas desde crianças de 06, 07 anos até usuários com mais de 70 anos. No mesmo espaço estavam, por exemplo, um homem com 72 anos e um garoto de 12. Cada um com interesses diferentes para o acesso, mas dividindo o mesmo desejo de estar conectado. Atores e conexões. O conjunto desses dois elementos define o que é uma rede social. Que seriam os atores? São os nós da rede, pessoas, instituições ou grupos. E as conexões? São as interações ou laços sociais. Há necessidade de que sejam discutidas as redes sociais na Internet e as diversas mudanças que trouxe à sociedade. Entre essas está a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada por computador (CMC). Para isso, a base teórica é focada em Recuero (2009a). Diferenças marcantes de expressão e sociabilização *offline* e *online*.

A busca de conexão não é algo expressamente solitário, dentro de casa. Os espaços públicos que proporcionam essas interações, dentro e fora da rede, estão sendo construídos diariamente pelos atores sociais. Dentro dessa variação de público, encontra-se também uma segmentação, dependendo do local e horário. Em algumas situações havia uma presença mais acentuada de grupos de jovens. No entanto, aquela ideia de uma lan house extremamente juvenil, por exemplo, com adolescentes motivados apenas por jogos, não é a realidade absoluta. Há também pessoas trabalhando, procurando emprego, mandando currículos, estudando, pesquisando, buscando bate-papo, amizade, namoro, entretenimento, pornografia. Quase sempre na busca do outro na rede. Os sites de relacionamentos já fazem parte do cotidiano das pessoas de diferentes idades. Uma nova forma de estar junto, de procura e de preservação de relações, fortes ou fracas, com ou sem reciprocidade, mas em busca de uma “tribo”. Segue-se no rastro dessas situações em uma análise multietnográfica.

O surgimento do estudo das interações e conversações torna-se possível através de rastros deixados na Internet, possibilitando a pesquisa das redes sociais, a partir da década de 90, já que as ferramentas oferecem aos atores a construção, interação e comunicação com outros atores. A partir das conexões desses diversos atores é possível observar os padrões de um grupo social.

Os atores são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais (RECUERO, 2009a, p. 24-25).

Esses atores de que fala a autora foram observados também fora da rede. Com a pesquisa apenas “invisível”, possível na Internet, poderiam surgir, talvez, representações diferenciadas das pessoas que estavam naquele determinado momento dentro de um café, cibercafé ou lan house.

S.B., 17 anos, e o irmão L.B.B., 12 anos, ainda não possuem computador em casa, tampouco Internet. Não possuem acesso ao ciberespaço na escola

pública, nem em casa de amigos ou vizinhos, no bairro Industrial, em Novo Hamburgo, onde moram. Estão fora da rede? Não. Há mais de dois anos os dois já se comunicam com amigos virtuais, até de outros Estados. As redes sociais já fazem parte do cotidiano dos dois jovens. O exemplo deles representa uma grande fatia de entrevistados para essa pesquisa e que se encaixam nessa mesma situação. Há necessidade de reflexão sobre a importância dos espaços de acesso pago como uma forma encontrada por muitos para a inclusão digital. A narrativa fotográfica mostra a busca dos dois pelo acesso à Internet:



Figura 41: Narrativa fotográfica 1



Figura 42: Narrativa fotográfica 2

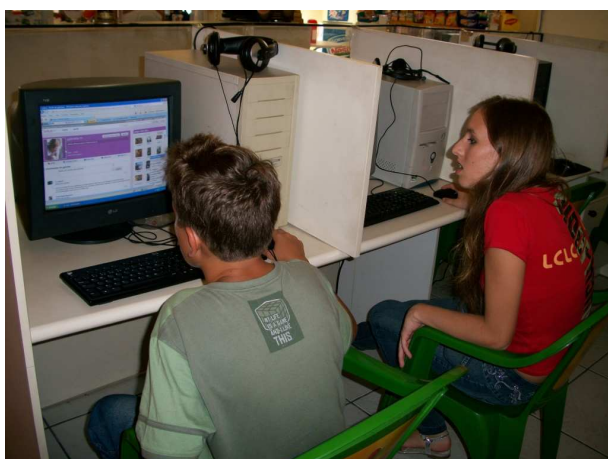


Figura 43: Narrativa fotográfica 3



Figura 44: Narrativa fotográfica 4



Figura 45: Narrativa fotográfica 5



Figura 46: Narrativa fotográfica 6



Figura 47: Narrativa fotográfica 7



Figura 48: Narrativa fotográfica 8



Figura 49: Narrativa fotográfica 9



Figura 50: Narrativa fotográfica 10

Fonte: Pesquisa do autor

O casal de irmãos chegou ao Manéh Café na tarde de um sábado. Estavam arrumados para um passeio, como se fossem visitar amigos. Dinheiro contado para a passagem, lanche e conexão. Abdicaram do cinema pela *lan house*. Até porque, afirmaram os dois, cinema sai muito mais caro. “Na lan é mais divertido”, afirma S.B. Os dois interagem enquanto estão conectados. Indagam sobre novos amigos no Orkut. Navegam na Internet buscando novidades. Em algumas situações aproveitam para alguma pesquisa escolar. Também atualizam e-mails. Sim, os dois possuem e-mails. S.B. teve o primeiro contato com o mundo da informática em um cursinho básico que fez em uma escola da área no centro da cidade. E L.B.B. foi aprendendo com a irmã e amigos. Muitos colegas de aula do colégio estadual também não possuem computador, mas as novidades de novas ferramentas digitais fazem parte do bate-papo da garotada. Os dois sabem o que é twitter, mas ainda não fazem parte dessa rede social. Mas, como a maioria dos jovens entrevistados e que não possuem computador em casa, o Orkut é a rede social mais utilizada, onde conhecem pessoas e conseguem manter relacionamentos.

Após a entrevista na *lan*, foi feita a pesquisa “invisível”, sem que S.B. soubesse, na sua página do Orkut, com o suporte teórico da netnografia. Na entrevista no espaço físico a base era a etnografia. Com o registro fotográfico do ator social e do ambiente onde estava, foi preciso a fotoetnografia. Ao juntar esses três métodos encontra-se, então, a multi-etnografia, proposta metodológica dessa pesquisa.

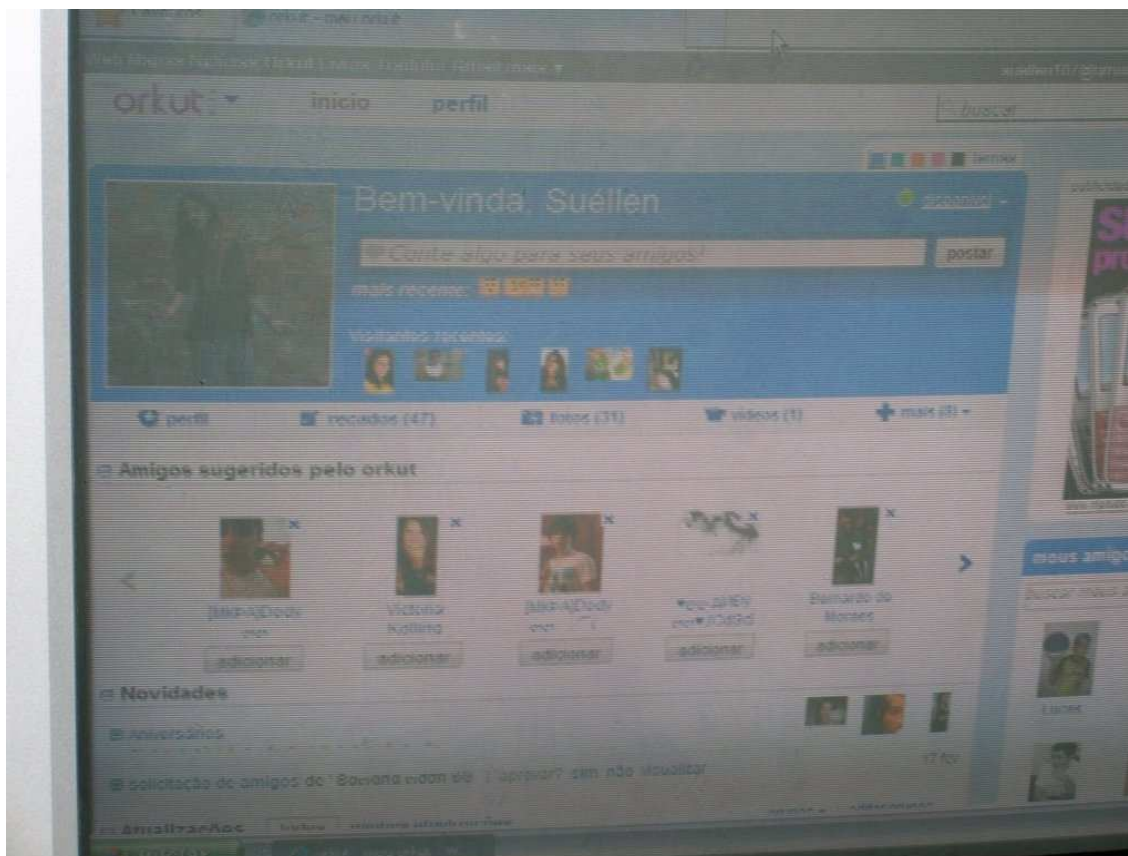


Figura 51: Pesquisa “invisível” no Orkut

Fonte: Pesquisa do autor

Foto do Orkut de S.B. durante investigação “invisível” na Internet, fora do campo, sem que a pesquisada soubesse. Confrontadas informações obtidas *offline* na *lan house* com o perfil *online* do *site* de relacionamentos foram descobertas diferenças (Figura 51).

Mesmo não tendo computador em casa, S.B. mantém uma assiduidade semanal de atualizações no Orkut, chegando a duas vezes por semana, em algumas situações. Isto mostra também o quanto a *lan house* é visitada por ela. A garota tem 89 amigos. O assunto predominante nos recados é a amizade, mensagens e diálogos, como: “você será minha amiga pra sempre”. Típico da adolescência. Vários amigos são conhecidos ou colegas de aula. As garotas são a maioria. Sempre com interesses em comum, o que as coloca na mesma rede social. Na entrevista no Manéh, S.B. disse ser bastante tímida e que o Orkut havia ajudado a ter amigos. “De verdade”. Mesmo que virtuais. Mas ela não fazia

a diferenciação. No entanto, havia recados para encontros *offline*, tanto para lazer como para estudo. Ela pertence a apenas duas comunidades: “Eu odeio esperar ônibus” e da “Wolfram Metzler”, o colégio onde estuda. A foto do perfil dela no Orkut não mostra timidez. Um plano quase de corpo inteiro, com movimento. Parecendo bastante ágil. Representações possibilitadas pela conexão. O cenário do fundo, uma parede de tijolos sem reboco de cimento, mostra a naturalidade e identidade com o meio onde vive. Ao analisar o Orkut de S.B. é preciso apontar Fragoso (2008b), que procurou verificar e compreender a influência dos espaços geográficos sobre as construções identitárias e as interações que acontecem nas redes sociais *online* construindo uma amostra de comunidades do Orkut. A pesquisa da autora revela indicativos explícitos de contatos e relacionamentos *offline* em 09 comunidades, sendo 05 indicações de que a comunidade era utilizada para procura de pessoas conhecidas em outros ambientes, 03 sugestões de lugares, festas e eventos locais e 01 chamada para Orkontros, encontros *offline* para comunidades de Orkut. Segundo Fragoso (2008b), a fronteira entre as experiências *online* e *offline* é muito mais permeável e tênue do que a nomenclatura dualista (on/off) sugere. Ela acrescenta que essa continuidade, ou possibilidade de continuidade, não permite diferenciar de modo estanque as relações sociais presenciais das tecnologicamente mediadas. Os referentes territoriais, enfatiza a autora, continuam sendo relevantes para a construção e o compartilhamento da identidade social. A extensão das possibilidades de interação para além dos limites presenciais não anula a importância das variáveis geográficas para as dinâmicas socioculturais (FRAGOSO, 2008b).

Outro jovem, de 23 anos, negro, morador de um bairro de classe média de Novo Hamburgo, que também não possui computador em casa, estava conectado há mais de duas horas em plena manhã de sexta-feira na Real Videolocadora e Lan House, no calçadão. Estava em um site de relacionamento. Fazia parte de uma rede social. Segundo ele, “uma forma de encontrar novas amizades. É que no Orkut parece que somos todos iguais”. A leitura da resposta feita pelo pesquisador: não sentia a discriminação que a interação face a face poderia desencadear. Ele preferiu não se identificar. A representação do seu perfil na rede tinha traços da sua realidade e também uma construção de dados,

que ele teria achado necessário para tornar fácil o pertencimento àquela rede social. Exatamente o espaço que possibilita o elo entre o físico e o virtual, tendo por base a multi-etnografia, também oferece outra leitura dos atores sociais.



Figura 52: Pesquisas online e offline mostram representações diferentes

Fonte: Pesquisa do autor

O jovem referido no texto acima na *lan house*. As investigações etnográfica, no espaço físico, e netnográfica, consultando o Orkut na Internet, possibilitaram notar perfis diferentes *online* e *offline*. Outro dado do registro fotográfico mostra público de idades variadas compartilhando o mesmo espaço. Um jovem de 23 anos e um senhor de mais de 60 anos, na Real Lan House, em uma sexta-feira pela manhã (Figura 52).

Ao ser observada a referida construção de dados na rede social foram notados “rastros” interessantes. O jovem negro não dizia no Orkut que estava desempregado. Também não mencionava que não tinha computador em casa.

Alguns dos amigos mostravam conhecê-lo pessoalmente. Havia textos marcando encontros *offline*. Dados que mostram que a Internet também facilitou os encontros no plano físico, além do mundo virtual. Muitos amigos certamente nunca o tinham visto. Eram de outras cidades e outros Estados. O espaço público de acesso pago possibilita essas percepções dos atores sociais, que se fossem buscadas somente na rede poderiam ter outra versão. E, conforme diz Recuero (2009a), é fundamental compreender como os atores constroem esse espaço e que tipo de representações são colocadas. Há que também levar em conta que na Internet os atores são constituídos de forma diferenciada, por causa do distanciamento entre os envolvidos na interação social. Assim, trabalha-se com representações dos atores sociais. Eles são compreendidos como indivíduos que agem através de seus fotologs, weblogs, páginas pessoais, perfis no Orkut, nicknames, etc. (RECUERO, 2009b, p. 28). Exatamente como relata a autora, o jovem de 23 anos construiu na rede social uma representação. Os outros detalhes foram percebidos graças à comunicação face a face. É possível acrescentar dados ao que diz Recuero (2009b). No ciberespaço, em algumas situações, há ausência de informações que são possíveis de serem percebidas na comunicação *offline*.

5.2 MISTURAS INEXTRICÁVEIS E ESPAÇOS INTERSTICIAIS

Em outra das várias situações, duas amigas, 16 e 17 anos, estavam compartilhando a mesma máquina no Espaço 10. Moradoras do bairro Canudos, não tinham computador em casa, mas as duas possuíam Orkut. Estavam, exatamente, deixando recados para outras amigas e para os “gatinhos”. E mais: uma das duas tinha MSN. Estavam *online* conversando ao mesmo tempo em uma interação mediada pelo computador e numa interação face a face. Aqui também é preciso tensionar a prática constatada no campo e a teoria que revela Santaella (2007). “As práticas de acesso estão também construindo um novo espaço de misturas inextricáveis entre o virtual (o ciberespaço) e os ambientes físicos em que nosso corpo biológico circula” (SANTAELLA, 2007, p. 218). O contexto urbano é o grande cenário em que estas intersecções ocorrem.

Santaella (2007) escolhe o termo “espaços intersticiais” para caracterizar as múltiplas faces deste espaço. Nas sociedades modernas, os espaços cognitivos passaram a ter mais importância. O crescimento, muitas vezes desmedido, dos centros urbanos provoca diversidade de experiências na paisagem urbana. “As fronteiras destas paisagens também se tornaram protéicas, pois se formam e se apagam a uma velocidade mensurável em quilômetros por ano” (SANTAELLA, 2007, p. 172). As megacidades desafiam qualquer sentido de ordem, afirma a autora. Ela acrescenta que:

As revoluções tecnológicas dos últimos dois séculos, voltadas prioritariamente para a produção exacerbada de bens de consumo, tanto materiais quanto simbólicos, tornaram a urdidura dos espaços de existência, nas sociedades industriais e pós-industriais, extremamente intrincada, complexa (SANTAELLA, 2007, p. 173).

Muitos foram os casos constatados de pessoas que não possuem computador em casa. Mas também existe uma porcentagem considerável de quem comprou a máquina, mas ainda não tem Internet. A pesquisa da Nic.br, relatada no capítulo anterior, sustenta esses dados. Em uma das visitas ao Espaço 10, de seis pessoas conectadas, apenas uma não tinha computador em casa. As outras possuíam a máquina, mas não tinham ou estavam sem Internet. Um menino de sete anos, morador do Centro, estava conectado em um jogo que não tinha em casa, porque não foi possível baixar. Estava sem Internet. Um rapaz de 16 anos, do bairro Roselândia, estava no Orkut. Um garoto de 13 anos estava no Google. Outro de 14 estava jogando, ambos de Canudos. Uma moça de 19 anos estava fazendo pesquisa escolar e aproveitando para acessar o Orkut. Tinha computador há quatro meses, no bairro Santo Afonso, onde mora, mais ainda não havia conseguido colocar Internet. O único que não tinha computador era um homem de 32 anos. Mora no bairro Scharlau, em São Leopoldo, mas trabalha em Novo Hamburgo em uma fábrica de injetados. Havia saído do emprego, no meio da tarde de sábado, e passou na *lan*, antes de ir para casa. Estava utilizando a máquina para MSN, Orkut, e-mail. Não tinha

computador, mas, como muitos, estava em *site* de relacionamento, tinha endereço eletrônico. Não era um “analfabeto digital”.



Figura 53: Espaço pago possibilita uma forma de inclusão digital para quem não tem computador em casa

Fonte: Pesquisa do autor

Vários entrevistados não tinham computador em casa. O local de acesso era somente o espaço pago. No entanto, não mostravam dificuldades para buscar informações e lazer na Internet. Não estavam fora da rede. A maioria participava de *sites* de relacionamentos e redes sociais na Internet. Também não se consideravam excluídos digitalmente pelo fato de não terem a máquina no domicílio. Suas necessidades no ciberespaço, naquele momento, segundo eles, eram plenamente resolvidas na *lan house* (Figura 53).

Foram observados muitos casos semelhantes de pessoas com computadores, mas sem Internet, com idades e motivações variadas. Como já foi

explicitado antes, não foram relatados nesta pesquisa minuciosamente todos os usuários observados, para não se tornar repetitivo. Os casos relatados simbolizam uma representação de muitos outros, de forma qualitativa. Foram descritos alguns exemplos que mostram o perfil do espaço. Um jovem de 18 anos, auxiliar de produção, morador de Canudos, disse que tinha computador há quatro anos, mas estava freqüentando a *lan house* porque não tinha Internet em casa há alguns meses.

Um segurança, que mora no bairro Rio Branco, não tinha acesso ao ciberespaço na residência e o Manéh Café era a opção, de três a quatro vezes por semana, onde ficava, em média, de uma a duas horas. A preferência era por jogos, mas também utilizava o Orkut. Ao lado, estava uma jovem de 17 anos e a irmã de 09 anos. Elas residem no bairro Ouro Branco e na casa delas a conexão estava caindo seguidamente. De vez em quando preferem o Manéh. A mais velha estava navegando por sites de relacionamento. A menor em um jogo de maquiagem da Barbie. Público diferenciado. Como o casal de irmãos já citados, L.B.B. e S.B., as duas garotas também estavam no Manéh em busca de acesso. Há, no entanto, uma variação de motivação. Os primeiros não têm computador em casa. As outras estavam no local diante de um problema técnico, a conexão estava caindo. O nível de insatisfação do serviço em casa também leva à *lan house*. E ainda, no Manéh, as duas meninas podiam ficar conectadas ao mesmo tempo. Em casa só tinha um computador.

A partir do exemplo prático é possível fazer também uma reflexão teórica tomando por base vários autores. Buscando novamente em Santaella (2007), no contexto contemporâneo, os novos sentidos que vêm adquirindo o espaço com uma panorâmica das principais moradas e rotas do pensamento em que o conceito de espaço encontrou abrigo até chegar na atualidade. Espaço é uma extensão tridimensional, sem fronteiras, na qual objetos e eventos ocorrem e têm uma posição e direção relativas, no sentido dicionarizado. Aquilo que entendemos por realidade “nos conduz para o espaço da percepção humana e das experiências humanas, nas quais o conceito de espaço passa a ter um

estatuto psíquico, social e histórico que apresenta uma multiplicidade transbordante de facetas” (SANTAELLA, 2007, p. 164).

Passa-se, então, pelo espaço primitivo, perceptivo, de existência, da arquitetura e do planejamento urbano, cognitivo e abstrato. Entre estes dois últimos a distinção é muito sutil. Enquanto o primeiro se refere aos espaços que resultam de constructos teóricos, o abstrato corresponde a um dentre esses possíveis constructos. É criado por relações lógicas que permitem descrevê-lo sem que seja necessário fundar essas descrições em observações empíricas. “Em espaços como esses, lugares são simplesmente pontos, símbolos que se constituem em um dos elementos dentro de um sistema geral de elementos abstratos” (SANTAELLA, 2007, p. 171). O que afirma a autora é possível colocar nos espaços públicos de acesso pago à Internet.

5.3 REDES E CENÁRIOS NA CIDADE INFORMACIONAL

A cidade informacional é a cidade do espaço de fluxos, na qual uma série de transformações sociais, econômicas e políticas, potencializadas pelas tecnologias de informação e comunicação, têm prenunciado novas formas de interação do cidadão com o espaço urbano. Nesta nova configuração do espaço urbano as tecnologias de informação são utilizadas fundamentalmente para flexibilizar a noção de espaço dos lugares, através de redes digitais de informação. Essas redes expressam a desarticulação das sociedades e culturas baseadas num local físico, transitando assim para uma cultura de rede e para um espaço de fluxo (CASTELLS, 1999). Segundo o autor,

estamos vivendo um desses raros intervalos na história. Um intervalo cuja característica é a transformação de nossa ‘cultura material’ pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação (CASTELLS, 2002, p. 67).

Vamos encontrar dentro da cidade informacional, de que fala Castells (2002), os espaços de acesso pago à Internet. São novas formas de interações e práticas sociais das pessoas em lugares reconfigurados pelos computadores. O comportamento social associado à Internet constata particularidades nas *lan houses* hamburgueses nas manhãs, tarde e noites. Os horários diferenciados mostraram também públicos diversos. No Manéh Café, pelas manhãs, algumas mães dos prédios próximos têm deixado as crianças, entre 08 e 12 anos, conectadas. O proprietário Airtton Justino tem o celular delas pra ligar, caso aconteça algum imprevisto. É uma espécie de creche virtual. A maioria das crianças tem micro em casa, mas preferem a *lan* para não ficarem sozinhas, afirma Justino. A interação acontece face a face e mediada pelo computador. É preciso ressaltar que Justino se tornou uma excelente fonte, buscando dados entre os usuários e repassando a esta pesquisa. Ele acreditava que cativaria as pessoas dos prédios próximos, inclusive distribuiu panfletos nas caixas de correspondências. Achava que seria o *plus*. Mas ele confessa que se enganou. Tarde e noites também bombaram. Outra constatação foram os clientes de cidades vizinhas, à noite ou na madrugada. Passavam pra comprar alguma coisa e aproveitavam pra ficar conectados. Às tardes também há adolescentes, mas ainda usuários de idades diferenciadas.

Há aqui também uma clara noção de laço associativo com a formatação desse grupo, com suas relações específicas. E no elo entre o físico e o virtual pode-se buscar embasamento em Recuero (2009a). As formas mais institucionalizadas de conexão entre atores são consideradas laços. Esses são a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Resulta da sedimentação das relações entre os atores. As relações sociais atuam na construção de laços sociais. Esses consistem em uma ou mais relações específicas, ressaltava Recuero (2009a), buscando fundamentação em Wellman. É preciso contato freqüente, fluxos de informação, proximidade ou suporte emocional. O laço relacional é um laço social constituído a partir das interações e das relações, apenas podem acontecer entre os vários atores de uma rede social. O laço social pode ainda ser constituído através de associação. Para o laço associativo é preciso apenas um pertencimento a uma instituição ou grupo. A autora acrescenta que todo laço é relacional, pois constituído de interação.

Também denomina como laço relacional o laço associativo (RECUERO, 2009a, p. 38-39). Mais adiante será ampliado o enredo dos laços.

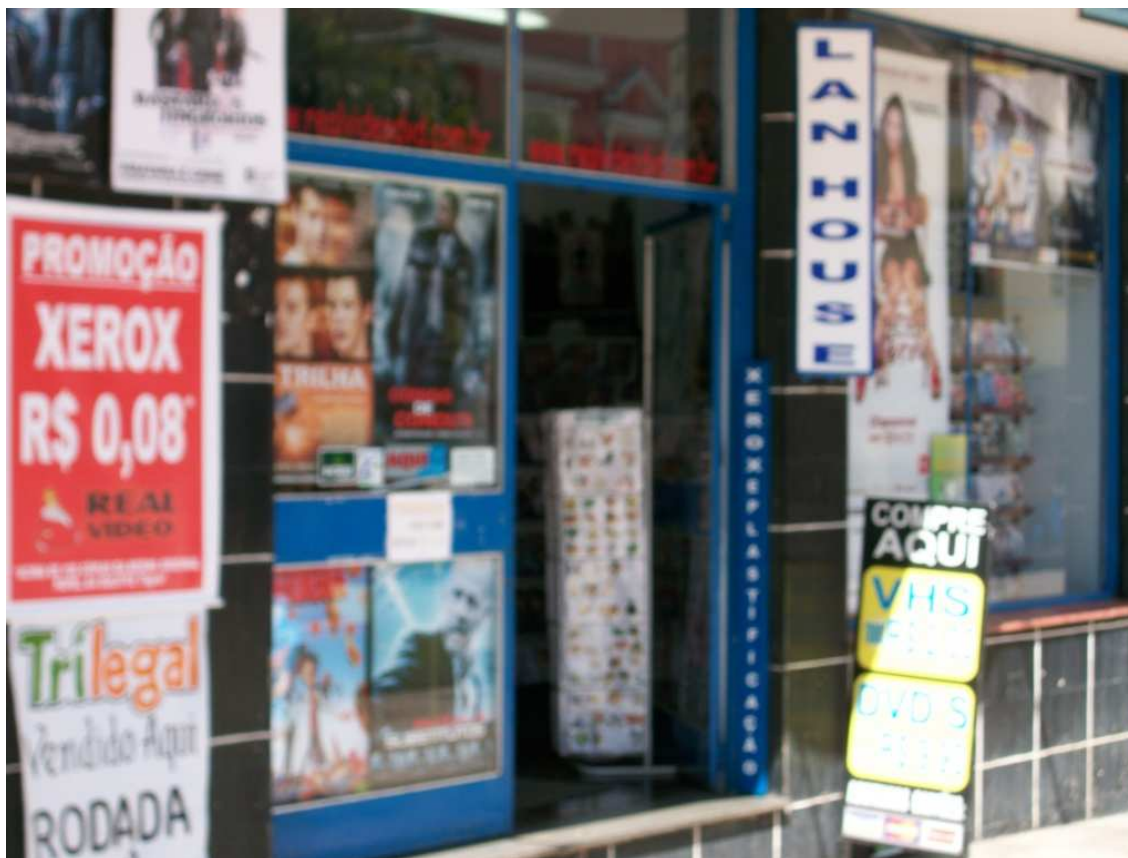


Figura 54: Localização geográfica mostra perfis de público diferentes em Novo Hamburgo

Fonte: Pesquisa do autor

Parte do público de Novo Hamburgo que utiliza a *lan house* tem perfis provocados pela localização geográfica do ambiente. O cenário da cidade se modifica diante dos processos urbanos virtualizantes, conforme Lévy (1998). Segundo autor, o urbano se atualiza na cidade e a cidade se virtualiza no urbano (Figura 54).

O cenário urbano de Novo Hamburgo, com as localizações diferenciadas dos cibercafés e *lan houses*, também interferiu na característica do usuário do acesso à rede. Lévy (1998) mostra essa relação de forças entre o urbano e a cidade. O urbano não é a cidade, mas a alma da cidade, o conjunto das diversas forças que a compõem. O urbano é o virtual da cidade, aquilo que emerge dos

processos de industrialização, de racionalização das instituições, dos meios de comunicação de massa, das diversas redes sociais (técnicas, culturais, políticas). O urbano se atualiza na cidade e a cidade se virtualiza no urbano. Da atualização das cidades emergem processos urbanos virtualizantes sujeitos a novas atualizações. O urbano é esse conjunto de forças em movimento (LÉVY, 1998). Ainda sob a reflexão teórica sobre a cidade busca-se Johnson (2003). “As cidades criaram interfaces amigáveis milhares de anos antes que alguém sonhasse com computadores digitais. As cidades juntam mentes semelhantes e as colocam em escaninhos conexos” (JOHNSON, 2003, p. 79). O autor, através da ‘emergência’ faz conexões da dinâmica de rede no funcionamento do cérebro, na organização social das formigas, nos sistemas urbanos e nos *softwares*. Quando fala em revolução tecnológica e conexões quase infinitas nos remete também aos espaços de conexão que estão sendo pesquisados. O autor nos leva à reflexão diante dos seguintes questionamentos:

Sob todos os aspectos, estamos no meio de outra revolução tecnológica – a idade da informação, uma época de conexões quase infinitas. Se o armazenamento e a recuperação de informação eram objetivo latente na explosão urbana da Idade Média, eles são os propósitos evidentes da revolução digital. Isso nos leva à seguinte questão: a web também está aprendendo? Se é fato que as cidades podem gerar inteligência emergente – um macrocomportamento provocado por milhões de micromotivos –, que forma de nível mais alto está sendo gerada entre os roteadores e os cabos de fibra ótica da Internet? (JOHNSON, 2003, p. 83).

A cidade e suas construções simbólicas levam os habitantes para lugares específicos diante de seus micromotivos, como afirmou o autor. Essas motivações, diante das localizações dos cibercafés e lan houses, geraram algumas características diferenciadas. Na Real Videolocadora e Lan House o cliente que busca o acesso à Internet, segundo o proprietário e as observações feitas, é quase sempre casual, que precisa de um acesso rápido. Não fica horas navegando ou jogando. Alguém que está passando, vê a possibilidade de conexão e aproveita. Precisa imprimir um boleto, por exemplo. Ou já tinha a intenção de acesso, desde quando saiu de casa, mas continua sendo casual,

não é assíduo, aquele que vem sempre. Lauro dos Santos, 45 anos, estava pela primeira vez na Real porque o computador havia estragado. Ele reside no bairro Industrial e trabalha na área administrativa. Precisava mandar e ver *e-mails*, proibidos no trabalho. Ao lado um menino de 12 anos estava navegando. Segundo ele, vem de vez em quando. Tinha computador, mas estava sem Internet. Um bancário de Porto Alegre chegou e iria se conectar pra mandar alguns recados e “matar o tempo”. A namorada estava fazendo compras nas lojas de calçados.



Figura 55: Interações e laços sociais online e offline no Espaço 10 Lan House

Fonte: Pesquisa do autor

Um dos funcionários de uma loja de calçados localizada nas proximidades da Espaço 10 Lan House e Café. O jovem, como vários outros colegas de trabalho, frequenta diariamente o ambiente nos intervalos para lanches ou almoço. Às vezes, em grupo, esses atores sociais mostram interações e laços sociais *online* e *offline* (Figura 55).

O efêmero, como fala Maffesoli (1998), o casual como caracteriza o proprietário da *lan house*. Outro homem, Carlos, de 28 anos, morador do bairro Vila Rosa, havia amanhecido sem Internet naquele sábado e ainda não sabia o motivo. Resolveu “dar um pulo” no calçadão para checar uma lista de endereços e ver *e-mails*. O público é bastante diversificado. Muitos com motivações profissionais ou escolares, mas também de entretenimento, como *sites* de relacionamentos e games. A Real está localizada no calçadão da cidade, onde não passam veículos, e transitam centenas de pessoas em um vaivém de micromotivos. O Espaço 10, por estar localizado em uma galeria comercial e próximo a uma rua onde há muitas lojas de calçados, recebe frequentemente comerciários. Todos os dias, nos horários de intervalo para lanches (20 a 30 minutos), ou na hora do almoço (em média 1h30), os comerciários comparecem na *lan*. Quase sempre em grupo. Muitas vezes, dois, três ou mais partilhando a mesma máquina. Em alguns casos acessos particulares. A sociabilidade e a socialidade aparecem novamente no ambiente, onde os usuários dividem simultaneamente o bate-papo *online* e *offline*. Também laços fortes e fracos.

5.4 TERCEIROS LUGARES E FORMAS DE ESTAR JUNTO

A noite também tem características específicas nos espaços públicos de acesso pago à Internet, observados nessa pesquisa. Em madrugadas do Eh Fróid's, por exemplo, se aglomeravam várias turmas, praticamente formadas na totalidade por homens. Muitos garotos seguiam em grupo ao local, como se fossem para uma balada ou um bar. Desses grupos a motivação principal eram os *games*. A grande maioria tinha computadores e poderia utilizar os mesmos *games* em casa. Curiosamente, preferiam a *lan house*, porque possibilita o estar junto, mas de uma forma diferente, oferecendo um elo entre a face a face e o *online*. Mas nem todos passavam a madrugada nos *games*, alguns clientes ficavam a noite toda no bate-papo *online*, MSN, Orkut e outras redes sociais. Também muitos chegavam sozinhos ao local. As madrugadas geralmente são fechadas em pacotes, com preço único.

Aproximando o comportamento prático da teoria chega-se à Suely Fragoso (2008), em artigo na Revista *Fronteiras*, que propõe que “os *games multiplayer online* são os terceiros lugares ideais para as populações ocidentais contemporâneas, essencialmente cosmopolitas”. A autora cruza as ideias que Oldenburg (1999) associa aos terceiros lugares. Da mesma forma, aproveita-se aqui o conceito diante dos ambientes visitados em Novo Hamburgo. São terceiros lugares? Vejamos o que Fragoso (2008) buscou em Oldenburg:

Os terceiros lugares que prestam o melhor e mais completo serviço são aqueles aos quais uma pessoa pode ir sozinha em praticamente qualquer horário do dia ou da noite, com a segurança de que conhecidos estarão lá. Ter um lugar desses disponível quando os demônios da solidão ou aborrecimento atacam, ou quando as pressões e frustrações do dia demandam relaxamento em boa companhia é um recurso inestimável (OLDENBURG apud FRAGOSO, 2008, p. 44).

O Manéh Café (como as outras *lan houses*) é um dos que serve de exemplo para os terceiros lugares, a qualquer hora da noite ou do dia, disponível para relaxamento e boa companhia, face a face como enfatiza o autor, como nos *games online*, defendidos pela autora. E ainda a possibilidade de intersecção dos dois exemplos. Perto do Manéh tem danceterias e o espaço conquistou as turmas de amigos, antes e depois das baladas. Surpresa também para Airton Justino, o proprietário. Tem vários outros bares que vendem as mesmas coisas, mas o acesso à Internet é o grande diferencial, que, segundo ele, mudou o comportamento social dos clientes. A maioria é composta por jovens (entre 18 e 30 anos). Chegam para beber uma cerveja, bebidas destiladas ou refrigerantes. Alguns comem alguma coisa. Geralmente marcam encontro no local, para depois seguirem pras danceterias. As conversas *online* e *offline* acontecem simultaneamente. Sem nenhum tipo de problema. Quase sempre têm dois ou três compartilhando a mesma máquina. Um sentado, dois atrás, de pé, bebendo ou comendo. *Games*, MSN, Orkut, Youtube, *e-mails*. Muitos chegam e mandam mensagens pra outros amigos, convidando pra festa, cobrando o atraso, brincando, conversando. Uma descontração normal como em qualquer barzinho, mas com o diferencial da desterritorialização proporcionada pelo ciberespaço.

Após a saída da balada, alguns retornam ao Manéh. De novo, lanches rápidos, mais bebida, e o acesso variado. Muitos levam máquinas digitais para as baladas. Esse equipamento já faz parte “da indumentária”. Na volta, aproveitam para descarregar as máquinas no Manéh, porque é mais rápido que em casa. Aglomeram-se para postar as fotos no Orkut e também para entrar no *site* da balada e ver suas fotos. Recados pro “ficante” da noite. Antes de chegar à residência, já vai estar lá uma mensagem para ele. Aproveitam para em grupo pesquisar nos *sites* de relacionamentos detalhes da vida dos recém-conhecidos na balada. Há casais que se formaram naquela noite e passam no local e aproveitam o espaço. Uma espécie de apresentação, como se fosse a própria casa, só que virtual. Novidades de *sites* e outros detalhes da rede são comentados.

As novas sociabilidades contemporâneas podem ser presenciadas no momento em que juntamos o suporte teórico de que fala Fragoso e Oldenburg. Fragoso (2008) diz que nenhuma outra característica suplanta a permanente disponibilidade e acessibilidade dos *games online* no que concerne seu funcionamento como terceiros lugares. *Games online* caracterizam-se como espaços privilegiados para a emergência de um novo tipo de sociabilidade, que atende à demanda por interações interculturais pela população cosmopolita (FRAGOSO, 2008, p. 44). Esta pesquisa se apropria das constatações dos dois autores. Nos diferentes espaços de acesso pago à Internet podemos encontrar o conceito de terceiros lugares de Fragoso (2008) e de Oldenburg. “São aqueles em que a pessoa pode ir sozinha” (OLDENBURG apud FRAGOSO, 2008, p. 44). Em todos os ambientes comunicacionais urbanos pesquisados há pessoas que vão sozinhas. No entanto, muitas buscam no acesso ao ciberespaço um bate-papo, *sites* de relacionamentos. Afirma Oldenburg novamente: “ter um lugar desses disponível quando os demônios da solidão [...]” (FRAGOSO, 2008, p. 44). É possível notar o conceito do autor também quando fala em boa companhia, relaxamento. Há locais, como Mule & Bule, Café Paris, Espaço 10 e outros, em que há a relação face a face, além da mediada por computador. Em qualquer horário, fala o autor. Constata-se, como no Eh Fróids e Manéh, que o acesso, inclusive a *games*, está disponível quase 24 horas. Suely Fragoso (2008) acrescenta ao conceito de terceiros lugares também os *games*. É possível

constatar o que fala a autora nos ambientes pesquisados, como as *lan houses*. Mas é possível concordar também com os exemplos do autor quando ilustra a idéia de terceiros lugares com *drugstores*, *biertgartens*, pubs e cafés. Esses também fazem parte dessa pesquisa.

Quando fala em ambientes sociais *online*, Fragoso (2008) dá embasamento para os espaços desse estudo. “A fronteira entre os ambientes utilitários, automotivados e de entretenimento é necessariamente difusa” (FRAGOSO, 2008, p. 40). Nota-se esta fronteira difusa quando busca-se os espaços de conexão e quer denominá-los de cibercafé ou *lan house*, em algumas situações (Eh Fróids, Espaço 10). Há motivações de entretenimento (*games*, *orkut*) e também de contato profissional ou de pesquisa acadêmica. “A própria vocação social das ferramentas sugere a potencial variação das apropriações e, de fato, não é raro encontrar padrões de interação distintos daqueles previstos na concepção do ambiente” (FRAGOSO, 2008, p. 41). Os ambientes sociais provocam algumas nuances de interação, reprimindo outras, e as diferentes vocações dos ambientes sociais *online* implicam variações do que é esperado (FRAGOSO, 2008, p. 41).

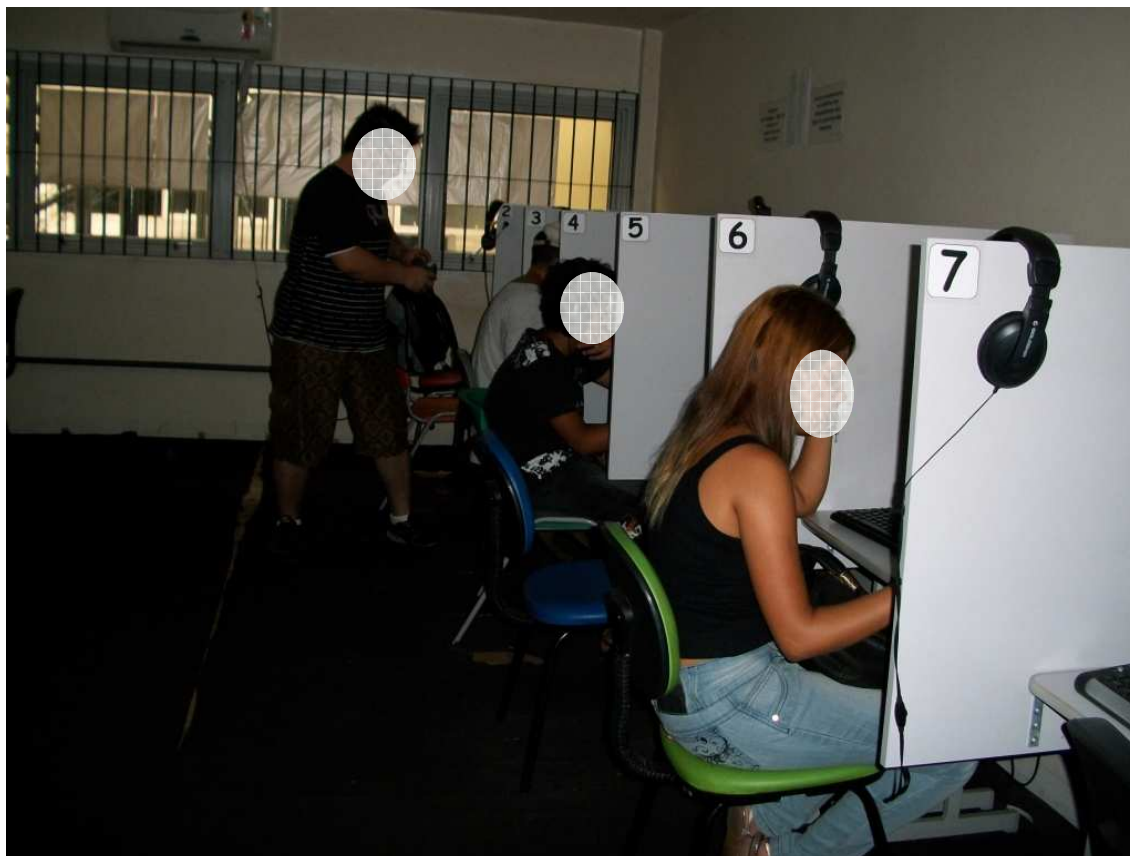


Figura 56: Terceiros lugares, aproximando conceitos de Oldenburg e Frago (2008): ambientes sociais *online* e *offline*

Fonte: Pesquisa do autor

Nota-se que nos espaços comunicacionais urbanos onde há a conexão paga são encontrados os ambientes sociais *online* de que fala Frago (2008) e também práticas sociais *offline*, despertadas pela procura de acesso à Internet. Variações e elo de interações também são constatados, como alguns casos que seguem. Ainda na madrugada há muitos exemplos de sociabilidades. O fato de possibilitar o acesso ao ciberespaço foi um dos grandes atrativos ao Manéh. Uma das provas, que serve como representação de outras: três jovens, 19, 20 e 23 anos, trabalham na área de informática, no suporte de uma grande empresa em Campo Bom. Dois residem em Novo Hamburgo e um em Portão. Após o trabalho, resolveram tomar algumas cervejas e bater-papo em algum bar hamburguense. Estiveram em dois locais no Centro. Resolveram caminhar várias quadras e foram ao Manéh. Um deles já conhecia o local e sabia da possibilidade do acesso à Internet. A escolha do local foi por causa da conexão. Continuaram tomando uma cervejinha e dividiram um dos computadores. O

único que estava vago. O papo *offline* continuou, mas com o acréscimo do *online*. Entraram no MSN, fizeram contato com outros amigos. Passaram pelo Orkut, Youtube, outros *sites*. Experimentaram alguns *games* e falaram muito sobre o assunto. Seguiam do computador até a mesinha onde estavam os copos de cerveja. Às vezes, dois estavam na mesa conversando e o terceiro na máquina. De repente, esse gritava, “vem ver isso aqui”. Os três compartilhavam a máquina, davam gargalhadas, opinavam, brincavam. Exatamente como qualquer trio de jovens, em qualquer bar da esquina (a propósito o Manéh também fica em uma esquina) de qualquer lugar do mundo, no século 20 ou no século 19, nos antigos cafés. A diferença, neste século 21, está no compartilhamento da interação face a face com a mediada pelo computador. O papo sobre as namoradas também rolou, nas duas esferas. Um deles, que estava brigado com a garota, queria dar uma olhada no Orkut dela, mas pediu pra um dos amigos entrar com sua senha, para que ela não percebesse que ele estava “espiando”.

Da mesma forma como Fragoso (2008) se apropria do conceito de terceiros lugares proposto por Oldenburg e amplia-o jogando nos *games multiplayer*, esta pesquisa busca embasamento na autora e estende para os espaços até então citados. Nos cafés, cibercafés e *lan houses* da zona central de Novo Hamburgo nota-se o que aponta Fragoso (2008), buscando embasamento em Oldenburg: a reunião de diferentes pessoas com diferentes origens e variados interesses com potencial para surpresa e novidade inerente tanto à ausência de uma agenda rígida e previamente definida. É possível encontrar, como no Espaço 10, diferentes idades (um senhor de 60 e uma jovem de 18), no mesmo horário, com interesses variados (pesquisa, *sites* de relacionamento, *games*, pornografia). “Terceiro lugar é um mundo em si mesmo, construído pela interação e um tanto independente da ordem institucional da sociedade” (OLDENBURG apud FRAGOSO, 2008, p. 42).

5.5 TERRITÓRIOS INFORMACIONAIS

No contexto da cibercultura surgem os territórios informacionais de que trata André Lemos (2007b). Na definição do autor, podemos relacionar os espaços públicos de acesso pago à Internet na zona central de Novo Hamburgo. “Os territórios informacionais são lugares onde se exercem controles do fluxo de informação na ciberurbe marcada, como vimos, pela imbricação dos espaços eletrônico e físico” (LEMOS, 2007b, p. 6). Os usuários dos espaços descritos e fotografados mantêm os controles do fluxo de informação. E cada um com objetivos específicos, como trabalho no horário do almoço com *laptop* conectado à Internet no Café Mule & Bule, que oferece *wi-fi*, no *shopping* de Novo Hamburgo, por exemplo. O autor assim define:

Por territórios informacionais compreendemos áreas de controle do fluxo informacional digital em uma zona de intersecção entre o ciberespaço e o espaço urbano. O acesso e o controle informacional realizam-se a partir de dispositivos móveis e redes sem fio. O território informacional não é o ciberespaço, mas o espaço movente, híbrido, formado pela relação entre o espaço eletrônico e o espaço físico. Por exemplo, o lugar de acesso sem fio em um parque por redes *wi-fi* é um território informacional, distinto do espaço físico parque e do espaço eletrônico internet. Ao acessar a internet por essa rede *wi-fi*, o usuário está em um território informacional imbricado no território físico (e político, cultural, imaginário, etc) do parque, e no espaço das redes telemáticas. O território informacional cria um lugar, dependente dos espaços físico e eletrônico a que ele se vincula. O território informacional é assim como o circo ou o navio (a heterotopia por excelência para Foucault), criando lugares mesmo estando ou passando por diferentes espaços. O lugar se configura por atividades sociais que criam pertencimentos (simbólico, econômico, informacional). O lugar é a fixação enquanto que o espaço é a abertura (LEMOS, 2007b, p. 6).

Acrescenta-se aqui, ao que afirmou o autor, que o espaço sem fio em um shopping também pode ser um território informacional, distinto do espaço físico e do espaço eletrônico Internet. Exemplos práticos foram observados no Mule & Bule, no shopping de Novo Hamburgo. “A internet sem fio tem bastante procura. Muitos vêm trabalhar aqui e aproveitam para um cafezinho. A gente não cobra

pelo acesso, só o consumo”, explica a gerente do Mule & Bule, Graziela Ramos. Segundo ela, o público predominante são homens, geralmente empresários, executivos ou profissionais liberais. Mas muitas mulheres também aproveitam o espaço para conexão à rede mundial de computadores. Os horários preferidos por este público são alternados. “Muitos ao meio-dia, mas tem clientes à tarde também. Temos clientes que almoçam trabalhando, aproveitando o acesso”, diz Graziela. Este público chega ao Mule & Bule para acessar a Internet fica restrito e concentrado no computador, garante a gerente. Mas na maioria dos casos surgem elos de interações.

“O território informacional cria um lugar, dependente dos espaços físico e eletrônico a que ele se vincula” (LEMOS, 2007b, p. 7). Esses lugares, na zona central de Novo Hamburgo, são os pesquisados. Em todos os espaços nota-se a intersecção entre o ciberespaço e o espaço urbano de que fala o autor. Os computadores reconfiguram o local, tornam-se dependentes dele para o acesso ao ciberespaço. “Ao acessar a internet por essa rede *wi-fi*, o usuário está em um território informacional imbricado no território físico (e político, cultural, imaginário, etc.) do parque, e no espaço das redes telemáticas” (LEMOS, 2007b, p. 8). O cliente conectado ao ciberespaço no espaço físico do restaurante do Paris ou no Mule & Bule (todos disponibilizam *wi-fi*) está em território informacional, como conceitua Lemos (2007b).



Figura 57: Territórios informacionais – elo entre o físico e o virtual

Fonte: Pesquisa do autor

Zona de intersecção entre o ciberespaço e o espaço urbano: territórios informacionais. Esses criam um lugar dependente dos espaços físico e eletrônico a que se vinculam, conforme Lemos (2007b) (Figura 57).

Segundo Lemos (2007b), as mídias pós-massivas (eletrônico-digitais) permitem a comunicação bidirecional através de um fluxo de informação em rede. Com o desenvolvimento das tecnologias móveis e sem fio, assistimos a uma relação maior entre o ciberespaço e o espaço urbano. As mídias pós-massivas constituem territórios informacionais já que o indivíduo controla o fluxo de entrada e saída de informação. Trata-se de uma relação de emissão e recepção da informação a partir de dispositivos que permitem a mobilidade comunicacional e informacional no espaço urbano.

Muitos jovens levam para o *shopping* o *notebook* e ficam conversando, tomando refrigerantes ou chopes e conectados. Neste exemplo nota-se o *online* e o *offline*. O garoto vai ao *shopping* para paquerar ou conversar com os amigos, mas não dispensa o ciberespaço. Não é preciso mais ficar isolado dentro de casa para curtir o *game*. Percebe-se aqui a sociabilidade contemporânea e também o efêmero, a socialidade de que trata Maffesoli (1998). “Tem clientes que vêm todos os dias. Grupo de amigos que se encontra no café”, enfatiza Graziela Ramos. Ela acrescenta que as pessoas escolhem o Mule & Bule por ser um local seguro, dentro do *shopping*, com estacionamento, além das lojas que estão localizadas no local, mas a mobilidade é um grande atrativo. Também Lemos (2007b) retrata a reconfiguração da cidade. “Estas metrópoles estão se tornando cidades “desplugadas”, um ambiente generalizado de conexão, envolvendo o usuário em plena mobilidade, interligando máquinas, pessoas e objetos urbanos” (LEMOS, 2007b, p. 6). O objeto pesquisado pode ser ancorado no que relata Lemos (2007b). É possível perceber a mudança do comportamento social como consequência da Internet.

5.6 NÃO-LUGARES E POSSÍVEIS IDENTIDADES

Uma assistente de telefonia, 26 anos, estava tomando um café, às 9h30 de uma terça-feira, conectada à rede em espaço *wi-fi do shopping*, com um *notebook*. Ao ser questionada respondeu que estava trabalhando, aproveitando que o local tem sistema *wi-fi*. Ela trabalha com telefonia e diz que é um mercado bastante dinâmico. Toda hora tem alterações. Acontece muito, a qualquer hora do dia, de alguém ligar e pedir um *e-mail*. Ela afirma que poderia usar cibercafé, mas como tem *notebook* e placa de Internet acha mais prático, já que mora em Porto Alegre e trabalha em Novo Hamburgo. Segundo ela, a relação máquina-computador e café cai muito bem. A jovem acrescenta que precisa ficar conectada várias vezes por dia, mas que quase sempre está na rua, entre uma visita e outra a clientes, e os espaços que oferecem *wi-fi* são a alternativa. Segundo ela, uma das coisas que nota, diante das novas tecnologias, é que acabou a distância entre a vida pessoal e profissional. Pelo celular ou pela

Internet ela está sempre conectada ao trabalho. Para a assistente da área de telefonia, aquele emprego em que as pessoas saem às 18 horas de sexta-feira e voltam às 9 horas de segunda-feira, para muitos (como o caso dela), já não existe mais. Enfatiza que as empresas exigem que estejam conectadas em tudo que está acontecendo no mundo. E diz que espaços com *wi-fi*, como no *shopping* de Novo Hamburgo são muito agradáveis, porque se sente em um ambiente de lazer e trabalhando.

É preciso trazer à tona Marc Augé (1994) com a concepção dos não-lugares, espaços de habitantes efêmeros que transitam anônimos sem deixar rastros. Aqui pode-se incluir os *shoppings*. No Bourbon NovoShopping, em Novo Hamburgo, encontramos um dos locais pesquisados, o Café Mule & Bule. “Se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar” (AUGÉ, 1994, p. 73). A supermodernidade, diz o autor, é produtora de não-lugares, espaços que não são em si antropológicos, classificados como “lugares de memória”. Os não-lugares não se definem como identitários, relacionais ou históricos. Através dos não-lugares se descortina um mundo provisório e efêmero, comprometido com o transitório e com a solidão. Os não-lugares são a medida de uma época que se caracteriza pelo excesso factual, superabundância espacial e individualização das referências, muito embora os lugares e não-lugares sejam polaridades fugidias.

“Essa necessidade de dar um sentido ao presente, senão ao passado, é o resgate da superabundância factual que corresponde a uma situação que poderíamos dizer de supermodernidade para dar conta de sua modalidade essencial: o excesso” (AUGÉ, 1994, p. 32). O autor define os chamados não-lugares como espaços de passagem, incapazes de dar forma a qualquer tipo de identidade. Na busca de fundamentar sua assertiva, discute a capacidade efetiva da antropologia analisar e compreender a sociedade de hoje, caracterizada por ele como supermodernidade. Quando fala em espaço de passagem que não dá forma à identidade, notamos o *shopping*, onde está inserido um dos ambientes pesquisados. Vaievém de pessoas perdidas na multidão. O Café Mule & Bule

ficava na entrada do local. Há uma identidade entre as pessoas que estão neste espaço, dentro de um não-lugar (considerando Augé (1994)), sendo que algumas ainda encontram-se *online*. O executivo faz um lanche ou almoça e aproveita pra ficar conectado, trabalhando, na correria contra o tempo. Os garotos exibem seus *lap tops* e socializam disputando seus *games*, navegando por *sites* divertidos na Internet e, ao mesmo tempo, rola um bate-papo face a face. E, se não bastasse, o fato de estar no ciberespaço, não os impede de paquerar *offline* com as garotas que estão passando. O local serve de elo entre o físico e o virtual. Há ainda que se refletir se o lugar *shopping*, que pode ser considerado um não-lugar para Augé (1994), já não faz parte desta identidade contemporânea. Ao mesmo tempo em que não personifica, agrega usos, abusos e modismos afins a todos. Pode ser o excesso de que fala Augé (1994). É a supermodernidade ou superabundância factual de que trata o autor. É a necessidade de dar sentido ao presente.

Entre as características desses não-lugares, Augé (1994) coloca um novo entendimento da categoria de tempo. Tudo se torna acontecimento. Hoje, o ontem já é história. E, por haver tantos fatos, nada é acontecimento. Há constantes transformações espaciais, mobilidade social, troca de bens e serviços e enorme fluxo de informação. A sensação de que o mundo encolheu provoca alteração da escala em termos planetários através das migrações populacionais, concentração urbana e produção de não-lugares – aeroportos, vias expressas, salas de espera, centros comerciais, estações de metrô, campos de refugiados, supermercados, etc., por onde circulam pessoas e bens. No café com *wi-fi* pesquisado há essa mobilidade social, concentração urbana, migração populacional, tanto no espaço físico como no virtual. Ainda acrescenta o autor que os não-lugares são permeados de pessoas em trânsito. São espaços de ninguém, não geradores de identidade. No café, mesmo quando paradas, sentadas, almoçando, lanchando, algumas pessoas estão em trânsito, mas no ciberespaço. Ao mesmo tempo em que são espaços de ninguém, como diz Augé (1994), são também pontos de encontro, identificados com muitas tribos da massa urbana, que socializam e sociabilizam. No entanto, dentro dessa aglomeração e dessa mobilidade, em um café com *wi-fi* em um *shopping*, todos se identificam e ao mesmo tempo não há identificação.

5.7 LAÇOS SOCIAIS ONLINE E OFFLINE

Nas interações que fazem elo entre o *online* e o *offline* é possível constatar muitos exemplos de laços sociais. Os casos exemplificados aqui retratam grande parte do todo observado. Dois amigos, colegas de trabalho, 33 e 35 anos, encostam suas motos na frente do Manéh quase todos os dias (religiosamente, garante o proprietário Justino). Em uma das oportunidades de observação e entrevistas na madrugada, eles chegaram ao local. Pediram duas cervejas e logo conseguiram duas máquinas. Um ao lado do outro, por uma hora. Jogando, conversando, rindo, tomando cervejas. Os dois trabalham com transporte escolar em vans. Justificaram que, ao invés de seguirem para suas casas e ficarem jogando sozinhos por um tempo, tendo ainda a possibilidade das esposas reclamarem, era mais prazeroso juntar as duas situações. Bate-papo com o amigo no café, jogar e ainda dividir uma cervejinha.

Outro assíduo cliente da madrugada era um comerciante, 28 anos, dono de uma panquecaria, perto do café. Sempre dava “uma escapada” do seu ambiente de trabalho para dar uma navegada no Manéh. A interação mediada pelo computador quase sempre está acompanhada de uma interação face a face nos espaços de acesso pago. Há casos em que há somente a relação homem/máquina. No entanto, a escolha do espaço, mesmo que por motivos diversos, mostra a necessidade de também ver o outro *offline*. Mesmo que não aconteça uma conversa com o “vizinho” do computador ao lado, há a presença física. Há movimento. Opção de bebida, lanche. E algum tipo de interação acontece pelo menos com a atendente do local. Alguns exemplos de socialidades, efêmeros, estão presentes. Mas há também sociabilidades. Encontros marcados, trabalho, namoro, amizade. Uma construção contemporânea que une o físico e o virtual em um mesmo espaço.

Na busca do acesso e conseqüentemente das redes sociais *online* forma-se uma outra teia do lado de fora da Internet nesses espaços públicos. As conexões são o principal foco do estudo das redes sociais, pois são suas variações que alteram as estruturas desses grupos. Recuero (2009a) explora a

interação, as relações e os laços sociais como elementos de conexão. A interação, matéria-prima das relações e dos laços sociais, compreende o *alter* e o *ego* como elementos fundamentais. A ação de um depende da reação de outro. O exemplo está em uma conversação, onde a ação de um ator social depende da percepção daquilo que o outro está dizendo. No ciberespaço as ferramentas possuem particularidades. Os atores podem não se conhecer, não há pistas do contexto da interação e de linguagem não verbal. No ciberespaço a interação social pode dar-se de forma síncrona ou assíncrona. A construção temporal causada pela mediação, atuando na expectativa de resposta de uma mensagem, é que mostra a diferença. Uma comunicação síncrona “é aquela que simula uma interação em tempo real” (RECUERO, 2009a, p. 32). Os envolvidos estão presentes, *online*, através da mediação do computador. Eles têm uma expectativa de resposta imediata ou quase imediata. Exemplos são conversas nos sistemas de mensagens, canais de chat. Exatamente nesses momentos de que fala a autora foi possível observar o ator social também no plano físico. Buscando a referida simulação em tempo real *online*, mas participando simultaneamente uma interação face a face, por exemplo, no mundo real.



Figura 58: Laços sociais *online* e *offline* no centro público de acesso pago

Fonte: Pesquisa do autor

O físico e o virtual são unidos nessa construção de socialidades e sociabilidades contemporâneas. Interação, matéria-prima das relações e dos laços sociais, mediada por computador e face a face. Ambiente onde acontece ainda interação social síncrona e assíncrona (Figura 58).

Na comunicação assíncrona a expectativa de resposta não é imediata. O agente leva algum tempo para responder a mensagem escrita, embora possa fazer de modo imediato. A interação permanece, conforme a multiplicidade de ferramentas, depois do ator estar desconectado. A expectativa é que o envolvido, por não estar presente no momento temporal da interação, possa respondê-la depois. O e-mail e fórum têm características mais assíncronas. (RECUERO, 2009a, p. 32). Como já visto no primeiro capítulo, na interação mediada por computador, conforme Primo (2008), há duas formas de interação, a mútua e a reativa. Essa mesma geração mediada por computador vai gerar

relações sociais, que desencadeiam laços sociais. Na Internet as relações tendem a ser mais variadas, há troca de diferentes tipos de informações em diferentes sistemas, como na esfera pessoal, trabalho ou outros assuntos. Grande parte dos freqüentadores dos espaços públicos de acesso paga para possibilitar também a comunicação assíncrona.

5.7.1 Relações e Possibilidades de Laços Afetivos

Os laços afetivos conseguem ser, ao mesmo tempo, diferentes e iguais em qualquer local do mundo. No ciberespaço também há a busca do amor. Vários foram os exemplos de namoros nas lan houses. E namoros com hora e dia marcados. Outro indicativo de que o local não é 100% *games*, embora estes sejam o carro-chefe do negócio, em alguns casos. Um jovem de 22 anos estava freqüentando o local assiduamente três vezes por semana. Ele tinha computador em casa, no bairro Ideal, mas estava sem acesso à Internet. A namorada dele era de Santa Catarina, Florianópolis. Os dois namoravam *online*, às quartas, sábados e domingos. Os próximos horários eram marcados no último encontro na rede. O relacionamento já durava um ano e seis meses. Algumas vezes ele ia até Santa Catarina, outras ela vinha para Novo Hamburgo. Mas, diante das despesas, esses encontros face a face estavam cada vez mais raros, mas, segundo ele, o namoro continuava firme virtualmente.

Esses laços podem ser considerados assimétricos e simétricos, aspecto derivado da característica, já quem nem todos são recíprocos. O primeiro é quando os laços que conectam dois indivíduos possuem forças diferentes nos dois sentidos. Já os simétricos têm a mesma força nos dois sentidos, mesmo que não seja igualitária, mas como uma troca de interações e informações. Para entender os sentidos, considera-se que em uma rede social todos os laços são representados por uma conexão de A para B (AB) e outro para a conexão B para A (BA). Exemplo de Recuero (2009a): um ator A considere B como seu melhor amigo (laço forte) e que B, em retorno, não considere A como uma pessoa tão próxima (laço mais fraco). E ainda pode-se ter um grupo de colegas que interage

não apenas no ambiente de trabalho, mas também em eventos de lazer. Esses são considerados laços sociais multiplexos, quando são constituídos de diversos tipos de relações sociais (RECUERO, 2009a, p. 42).

Namoros face a face e conectados podem ser observados nesses territórios. Em um sábado à tarde, Luiz Roberto Mendes, de 19 anos, que trabalha em um frigorífico, estava com a namorada Maria Luísa Souza, compartilhando o computador. Não faltaram lanchinhos, refrigerantes e beijinhos. O motivo do acesso: velocidade. Em casa, ele tem computador e Internet, mas “apenas” um mega. Não há dez mega, como no Espaço 10. Ele diz que baixa muita coisa rapidamente e grava. Depois, vende os CDs/DVDs para os colegas. Inclusive, recebe encomendas, principalmente *games* e música. O casal ainda aproveitava para navegar, usar o MSN, e participar de sites de relacionamentos.



Figura 59: Espaço pago de acesso à rede possibilita laços afetivos

Fonte: Pesquisa do autor

Laços afetivos. Decidir ser amigo de alguém no Orkut, trocar *links* com alguém no fotolog, etc, são laços associativos, interação reativa. Conversar com alguém através do MSN, trocar recados no Orkut, etc, são laços dialógicos, interação mútua, conforme Recuero (2009a). Segundo a autora, laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. Exemplos observados com vários entrevistados, como S.B. (Figura 59).

Todos os exemplos personificam as variedades de laços possíveis. A pesquisa com os atores sociais no campo *offline* e *online* percebeu o que relata Recuero (2009a) sobre o assunto. A autora compreende os laços associativos como construídos através da comunicação mediada pelo computador, através da interação social reativa. Já os relacionais ela classifica como dialógicos, pois são compreendidos principalmente pela interação social mútua. Recuero (2009a) exemplifica os tipos de laços e tipos de interação: laço associativo, interação reativa – decidir ser amigo de alguém no Orkut, trocar links com alguém no fotolog, etc. Já o laço dialógico está para a interação mútua – conversar com alguém através do MSN, trocar recados no Orkut, etc (RECUERO, 2009a, p. 40). Os exemplos citados foram observados nos espaços da zona central hamburguense. S.B., já mostrada anteriormente em narrativa fotográfica, foi um dos vários exemplos de laço associativo, interação reativa. Quando aproveitava o tempo na *lan house*, sempre atualizava suas amizades no Orkut e aceitava ou não novos amigos. Também o laço dialógico interação mútua estava presente quando ela trocava recados no Orkut ou quando o casal, Luiz Roberto e Maria Luísa, também já citados, conversavam com amigos através do MSN.

Os laços podem ainda ser fortes e fracos:

Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. Laços fortes constituem-se em vias mais amplas e concretas para as trocas sociais, enquanto os fracos possuem trocas mais difusas. [...] Laços fortes e fracos são sempre relacionais pois são consequência da interação que, através do conteúdo e das mensagens, constituem uma conexão entre os atores envolvidos. Já o laço associativo, por sua característica básica de composição, tenderia a ser, normalmente, mais fraco, pois possui menos trocas envolvidas entre os atores (RECUERO, 2009a, p. 41).

Saudades de amigos e familiares, encontros de amizade e namoros, entre outras relações, colocam nos espaços públicos de acesso e na Internet muitos exemplos de laços fortes e fracos. Os conteúdos e mensagens mostraram uma conexão entre os envolvidos, como afirma Recuero (2009a). Jaime Milani, solteiro, 28 anos, afirmou que freqüentava os cibercafés e *lan houses* quase todos os dias, em média de 1h30 a duas horas. Ele mora no bairro Primavera e não tinha computador em casa. Estava em Novo Hamburgo há um ano, vindo de Santa Catarina para trabalhar no Vale dos Sinos. Tinha dois empregos, como motorista de uma *pet shop* e em um restaurante à noite. Mesmo assim encontrava tempo para ficar *online*. A maior parte do tempo ficava no MSN falando com os amigos catarinenses. Disse que ainda não tinha conseguido se enturmar com os hamburguenses. O caso de Jaime pode ser compreendido como um laço forte *online*.

Ao mesmo tempo exemplos de amizades e namoros *offline* dentro dos ambientes pesquisados também podem ser considerados como laços fortes, quando esses atores mantinham vínculos de encontros marcados e seguidos, tanto na *lan house* como na Internet. Havia grupos de colegas de trabalho que freqüentava todos os dias o Espaço 10, na hora do almoço e do lanche. Interações *online* e *offline* simultâneas. Laços multiplexos, conforme Recuero (2009a). Os assuntos comuns do cotidiano do grupo, alguns bem íntimos, passavam do plano físico ao virtual ou vice-versa durante os encontros. Em outro caso, Luiz Fernandez, 60 anos, foi observado em maio de 2008 e em

março de 2009, sempre no Espaço 10. Mesmo sem querer contar muitos detalhes, confessou que se comunicava com familiares na Argentina e aproveitava para matar as saudades. No entanto, também esses espaços públicos de acesso pago possibilitam laços fracos, com relações esparsas e de pouca intimidade. Todos esses casos podem ser definidos por sociabilidades contemporâneas, comportamentos sociais modificados ou possibilitados pela Internet.

5.8 INTERAÇÕES SEXUALMENTE MEDIADAS

As janelas abertas para o mundo através da Internet levam a todos os caminhos possíveis. O que poderia ficar apenas no campo da imaginação ganha “asas” e se torna virtualmente atingível. A sexualidade está presente em todos os momentos da história da humanidade. Com a Internet não é diferente. No entanto, as possibilidades tecnológicas aguçaram ainda mais o instinto da “espiadinha” na intimidade do outro. Os pontos pesquisados mostraram, desde o início da busca no campo, acessos a sites pornográficos. Situações pela manhã, tarde e noite. Quase sempre com homens de idades que variavam, aparentemente, de 20 a mais de 60 anos. Um caso apenas envolvendo mulheres. Os episódios sempre foram observados por acaso. O pesquisador chegava aos ambientes e ao caminhar por trás dos atores sociais conectados nos computadores notava cenas pornográficas nas telas.

Todos os envolvidos em interações, que aqui nessa dissertação nasce com o nome de sexualmente mediadas pelo computador, nunca quiseram falar. É preciso ressaltar que as abordagens eram feitas da mesma forma que as outras, sem que percebessem que haviam sido flagrados. Antes da indagação, o pesquisador se fazia notar, de forma sutil, para que mudassem de página antes da chegada daquele corpo estranho, muitas vezes com papel, caneta, MP4, máquina fotográfica, etc. Todos são elementos que poderiam efetivar provas. Alguns, quando notavam a aproximação, mudavam de tela rapidinho. Outros, até com fones nos ouvidos, nem notavam que eram observados. Como o acesso na

lan house é livre estavam usufruindo de tal direito. A intenção não é julgar, mas constatar algumas das particularidades dos ambientes pesquisados. E essas são as particularidades sexualmente mediadas. Entre os exemplos encontrados estavam homens acessando pornografia ao lado de crianças. No entanto, em todos os casos observados, geralmente o garoto (a) do computador ao lado estava mais perto do amigo com quem batia papo virtualmente, ou mais concentrado nos games, do que no vizinho que acessava os sites pornôs.



Figura 60: Interações sexualmente mediadas

Fonte: Pesquisa do autor

Pontos de acesso pago permitem navegar por *sites* de pornografia. Vários casos foram constatados na zona central de Novo Hamburgo em diferentes dias e horários. A maioria dos acessos é feita por homens (Figura 60).

Na Real, o terceiro computador da fila de oito, mudou de tela rapidamente quando o pesquisador se aproximou. Preferiu não falar. Estava em

um *site* de mulheres nuas. Aparentava 35/37 anos, bem-vestido, boa aparência, aliança na mão esquerda. No Espaço 10, em um sábado, às 10 horas da manhã, estava um senhor de 60 anos navegando e falando com familiares distantes, uma jovem de 18 anos no *orkut*. Dois rapazes, de 19 e 20, nos *games*, e um homem de 30 anos vendo um filme pornográfico de uma mulher e um cavalo. Não cabe aqui analisar se os laços afetivos eram fortes ou fracos. Em outra ocasião, também pela manhã, em uma quinta-feira, um rapaz que aparentava 20 anos estava em *site* pornô. De alguma forma estava interagindo, como se estivesse construindo um *site*. Buscava fotos, analisava. Em alguns momentos parecia que reconstruía a figura. Talvez elaborando um avatar. São livres leituras do pesquisador diante do cenário rapidamente observado. É interessante frisar que, dos casos percebidos, somente um homem era jovem. A maioria deveria ter mais de 30 anos.

O único caso envolvendo mulheres foi diferente e surpreendente. Em uma manhã no Espaço 10 estavam apenas duas jovens conectadas em máquinas diferentes, teclando. Uma senhora, que depois disse ter 48 anos, caminhava lentamente de um lado para outro, atrás das duas mulheres sentadas. Dava para perceber que estava esperando as outras e que deveria ter entre elas algo em comum. Indagada, respondeu o nome: “Ana Rosa. Apenas Ana Rosa”. Confirmou que estava esperando as outras duas, mas desconversou, em um primeiro momento, sobre a motivação das três naquele ambiente público de acesso à Internet. Mesmo um pouco arredia, mostrou-se simpática, o que possibilitou que o pesquisador tentasse evoluir na conversação. Ela segurava um pequeno bolo de papéis nas mãos, que pareciam panfletos. Não quis ser fotografada, alegando que talvez não fosse interessante ao trabalho de mestrado. Confessou que não tinha computador em casa por opção. Por quê? “Já tive. Mas deu muita desavença entre as meninas. Algumas não queriam trabalhar e ficavam o dia inteiro no computador”. Vocês moram juntas? “Elas moram comigo”. Indagada novamente sobre o que motivou o acesso naquele espaço, disse que era extremamente favorável ao computador, mesmo não sabendo lidar muito. “Mas essas duas sabem. Elas têm até cursinho”. Duas jovens com aparência e vestimentas normais, como qualquer outra que circula pelas *lan houses*. “Nós sempre viemos, pelo menos duas ou três vezes por

semana pra atualizar as nossas coisas”. Nesse momento, as duas moças já estavam desligando os computadores e se levantando pra sair. A mulher, sorrindo, foi se despedindo do pesquisador e desejando “um feliz trabalho na Unisinos”. O interessante era que ela pareceu um pouco envergonhada de dizer abertamente do que se tratava aquela interação mediada por computador. Talvez por se tratar de pesquisa para uma universidade. Na saída deu um cartão para o pesquisador. Eram “acompanhantes”. É de domínio comum que elas estão na rede. Muitos dos homens citados nos exemplos anteriores devem buscar a conexão exatamente para vê-las. Talvez, até, manter um contato. Mas é importante registrar que, além de virtualmente habitarem o ciberespaço, algumas também circulam pelos espaços públicos de acesso pago.

De qualquer forma vale a reflexão. O que levaria aquelas pessoas a buscar a pornografia na rede em espaços públicos? Na verdade, todos que cruzam os ambientes de acesso pago estão revelando algo representativo de suas intimidades, personalidades, anseios. Tanto no namoro, na amizade, nos games, falando com familiares distantes, trabalhando, estudando, buscando entretenimento. São laços mantidos à distância, possibilitados pela Internet. Há certa flexibilidade na manutenção e criação de laços sociais à distância diante do desenvolvimento tecnológico. Mais uma possibilidade gerada pela Internet. Várias ferramentas utilizadas na comunicação mediada por computador apresentam às pessoas formas de manter laços sociais fortes mesmo separadas a grandes distâncias (RECUERO, 2009a, p. 44).

5.9 ELO DE INTERAÇÕES

O elo de interações pode ser observado em várias situações nos espaços públicos de acesso pago à Internet. O que seria isso? Diferentes tipos de interações acontecendo ao mesmo tempo. Interação face a face e interação mediada por computador, mútua e às vezes também reativa, simultaneamente. Ao elo ainda pode ser acrescentada a interação quase mediada. Os interagentes

(que vamos chamar de A, B, C, D) exemplificam o exposto acima da seguinte forma:



Figura 60: Elo de interações 1

Fonte: Pesquisa do autor

A, B, C e D estão conectados individualmente. Interação mediada por computador (Figura 60).



Figura 61: Elo de interações 2

Fonte: Pesquisa do autor

Interagentes B, C e D conversam. Começa uma interação face a face, mas a mediada por computador continua. Surge o elo de interações. Duas situações simultâneas, mas sem perder suas características interativas originais (Figura 61).



Figura 62: Elo de interações 3

Fonte: Pesquisa do autor

A observa B, que também conversa com C, que está atrás da cadeira de B, em pé. Os três começam a conversar. Acontece a interação face a face. Bate-papo, risos. C aponta pra tela do computador. Interagem sobre o que estão lendo. B tecla alguma coisa para mostrar outro *link*. Também há troca de papéis dos atores sociais durante as interações. B passa a mediar diretamente com o computador por alguns instantes. Continuam conversando. Segue o elo entre a interação mediada por computador e a face a face (Figura 62).



Figura 63: Elo de interações 4

Fonte: Pesquisa do autor

Interagente A sai da conexão mediada por computador e fica, junto com C observando e conversando com B. Pode-se dizer ainda que A e C estão também, de uma forma indireta, participando da interação mediada por computador. Mas é preciso frisar que cada uma das interações não perde sua característica específica. Não se “diluem”. Mas há uma intersecção. Ainda é possível notar características da interação mútua, pois os interagentes estavam

debatendo e tendo convicções diferentes. A troca de informações acontecia *online* e *offline*, ao mesmo tempo, sem que isso impedisse as interações (Figura 63).



Figura 64: Elo de interações 5

Fonte: Pesquisa do autor

Em outra oportunidade acontece um caso semelhante. Só que um dos interagentes, C, estava com um livro aberto na mão. Conversava um pouco com os outros dois (um sentado na máquina, outro ao lado) e por alguns instantes continuava lendo o livro. Um elo entre a interação face a face, a mediada por computador e a quase mediada. Essa última, conforme definição de Thompson (1998), já descrita anteriormente. O elo de interações aumenta (Figura 64).



Figura 65: Elo de interações 6

Fonte: Pesquisa do autor

Na sequência, A passa a ler uma revista e a interagir com os outros dois. C ainda lê o livro e B permanece no computador. Há diálogo entre os três. A, em outro momento, fala ao telefone celular. Aumentam as situações interativas (Figura 65).



Figura 66: Elo de interações 7

Fonte: Pesquisa do autor

O interagente D, que havia se ausentado por algum tempo, volta e junta-se ao grupo. Aumenta o número de participantes no elo de interações (Figura 66).

Thompson (1998) admite a possibilidade de mistura de diferentes formas de interações no fluxo da vida diária. Da mesma forma, Primo (2008) lembra que os dois tipos interativos, mútua e reativa, não se estabelecem de forma exclusiva, quando esclarece a interação mediada por computador. “Pode-se então pensar em algo como uma multi-interação, no sentido de que várias podem ser as interações simultâneas” (PRIMO, 2008, p. 229). A constatação do autor também foi confirmada nos cibercafés e lan houses hamburguenses.

A proposta deste capítulo foi discutir com alguns autores os diferentes conceitos e nomenclaturas que se aproximam dos espaços pesquisados. A diversidade de opiniões convergindo para um mesmo ponto: o elo entre o físico e o virtual. No cenário urbano da zona central hamburguesa reconfigurada por computadores pode-se notar novas práticas sociais e interações como consequência do acesso à Internet. Segue-se, então, para as considerações finais onde pretende-se retomar as problematizações despertadas e refletir sobre o conjunto da pesquisa apontando alguns caminhos, algumas surpresas e interrogações.

6 CONCLUSÃO

As novas tecnologias já estão inseridas no cotidiano da população de Novo Hamburgo que chega à zona central e desencadeia novas práticas sociais e interações nos espaços urbanos reconfigurados pelos computadores. A proposta foi refletir sobre as particularidades desse processo tendo como objeto o comportamento social associado à Internet. A “grande teia de aranha” que envolve o ciberespaço não para de ser tecida, afirmando as relações mediadas pelo computador. No entanto, há outra “teia” no lado de fora da Internet, mas provocada e alimentada também por ela, onde é possível que aconteça diferentes tipos de ligações sociais ao mesmo tempo. Isso acontece nos centros públicos de acesso pago à rede. Essa pesquisa definiu nominar tais espaços como “elo de interações”. No decorrer dos capítulos anteriores, com o recurso metodológico da multietnografia, foram sendo colocadas situações particularizadas, algumas embasadas com fotos, que já mostravam o comportamento social agregado à Internet na cidade. Nessas considerações finais, último momento do texto, as práticas sociais serão colocadas de forma mais geral, agrupando os perfis das particularidades. Essas não deixam de ser mostradas, mas de ângulo um pouco diferenciado.

O crescimento e as novidades são incessantes. Do ambiente dos antigos cafés surgiram os cibercafés, agregações ao ciberespaço, onde também estão as *lan houses*. Nesses espaços de interações está a ponta do iceberg de uma grande mudança em ebulição. Esses centros públicos são o principal local de uso da Internet no País, conforme Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil, de 2008. Os ambientes surgem em 48% das respostas, ficando à frente dos domicílios. Não cabe aqui julgamento se estes fatores são negativos ou positivos. Mas é preciso ressaltar que mudanças estruturais do comportamento social e na forma de perceber o espaço são consequências da Internet. Quase a metade dos internautas brasileiros acessa a rede em locais públicos pagos, conforme pesquisa da Nic.br, de 2008. Realidade nacional, mas que se retrata (ou que se reflete também) no cenário de cidades como Novo Hamburgo. Esses números mostram de forma transparente a

importância e o crescimento do objeto dessa dissertação. O que aqui passa a ser apresentado são constatações na zona central hamburguesa, mas ainda é necessário questionar se esse comportamento se espalha para outros lugares. É de senso comum que as vivências impulsionadas pelo mundo digital estão acontecendo em todas as cidades. Mas de que maneira isso acontece, com suas particularidades, é que pode ter algumas diferenças.



Figura 67: A conclusão da exposição de fotografias

Fonte: Pesquisa do autor

A importância dos espaços públicos de acesso pago, cibercafés e *lan houses*, é determinante como porta de entrada ao mundo digital. Nesses locais, em Novo Hamburgo, encontram-se comportamentos sociais contemporâneos que acontecem com a associação com a Internet, como mostra a foto. Essa conclui a exposição de figuras dessa pesquisa mostrando particularidades de novas práticas sociais no espaço de “elo de interações *online* e *offline*” (Figura 67).

As pessoas se agruparem em locais públicos na busca da informação ou lazer não é algo novo. O televisor provocou tal mudança no comportamento social. Muitas famílias se encontravam nas casas de vizinhos, nos bares ou até praças de cidades pequenas para assistir a programação. Esse mesmo processo pode ser notado com o computador, que possibilita o acesso à Internet e está inserido no campo destinado a esta pesquisa. Com as tecnologias digitais foram surgindo também novidades e mudanças que passaram rapidamente ao cotidiano das pessoas como necessidades. Esse processo pode ser percebido também no campo da pesquisa. A busca do acesso ao ciberespaço já é uma necessidade, de forma e interpretações variadas. Tanto que as pessoas pagam por esse acesso nos centros públicos hamburguenses. Nota-se, no entanto, necessidades tanto para trabalho como para o lazer. E nos dois casos, para os envolvidos, são prioridades. Não há como definir se isto ou aquilo é mais importante. Foi possível apurar nas entrevistas que para uma garota estar no Orkut, por exemplo, e ter a chance de se conectar, ler e mandar recados, é tão necessário quanto para o profissional que depende da rede para trabalhar ou procurar emprego. Um conjunto de práticas sociais foi criado diante do aparato tecnológico e muitas pessoas não conseguem se desvencilhar desse comportamento. Esse pode ser espontâneo (*sites* de relacionamentos), mas às vezes também pode ser imposto (trabalho).

Ao aproximar as *lan houses* e cibercafés de alguns conceitos de autores foi possível encontrar identificação com os terceiros lugares, territórios informacionais e outros espaços. No entanto, a marca identitária dos centros públicos de acesso pago é a interação. Por isso, ao finalizar esta pesquisa, ficou definido propor também um nome a esses espaços. Elo de interações foi o escolhido. Como já descrito no capítulo anterior, notou-se diferentes tipos de interações acontecendo ao mesmo tempo nesses locais. Interação face a face, interação mediada por computador, mútua e às vezes também reativa, simultaneamente. E também a interação quase mediada. Sempre uma ação entre os envolvidos. Mas elas não perdem a característica original. Esses sujeitos partilham do mesmo espaço e de um mesmo referencial de tempo, há diálogo, troca de mensagens simbólicas, *online* e *offline*. A união das ações

dessas duas situações desencadeia os elos interativos e funda-se ou torna-se o próprio espaço.

Pessoas se encontram no espaço elo de interações todos os dias. Muitos são os objetivos. Conversar, namorar, brincar, trabalhar, procurar trabalho, pesquisar, estudar, “matar o tempo”, ver *sites* de pornografia. Nem sempre é para jogar. Mas há que se considerar que, para vários, o jogo é a prioridade. O *game* também é motivação para bate-papo *online* e *offline*. O entretenimento pauta grande parte dos que chegam aos locais pesquisados. Mas esse “se entreter” acontece de várias formas e torna-se até uma necessidade, que sai do virtual e atinge o físico. Nesses ambientes surgem relações de proximidades e de sentimentos comunitários, inclusive com contato físico. As comunidades virtuais são reconhecidas por algumas formas de agregações sociais no ciberespaço. O observado na comunidade hamburguesa é que essa agregação comunitária provoca laços fortes e fracos também do “lado de fora” da Internet. As interações e os interagentes não podem ser separados. Os atores transitam e trocam informações na rede e fora dela. Uma dimensão influencia a outra, na maioria dos casos. Mas essa influencia pode também não acontecer.

As relações sociais advindas da Internet, além de possibilitarem a manutenção e conexão com o mundo todo, reforçaram os laços locais em Novo Hamburgo. Realidade e virtualidade aparecem plugadas a todo instante. Os atores que se agrupam em redes sociais no ciberespaço também são atraídos para o ambiente físico, empurrados por essa mesma Internet, que facilitou o contato entre conhecidos da cidade. No entanto, como em um círculo vicioso, esses mesmos atores buscam no mundo real locais onde podem voltar ao ciberespaço. E chegam aos espaços denominados nessa pesquisa de elo de interações. A Internet gera e aprofunda laços sociais através da interação mediada pelo computador. Os laços sociais criados dentro da rede se espalham para fora dela chegando à zona central de Novo Hamburgo. Há necessidade de ultrapassar barreiras territoriais viajando para qualquer lugar do mundo no ciberespaço, mas o porto de chegada e partida está no mundo físico. Por mais que o relacionamento virtual possa ser satisfatório, a busca do olho no olho não

se tornou perdida para os hamburguenses. Pode-se até dizer que está ampliada pelas novas tecnologias. O local não perdeu a “magia”. E não há disputa perceptível entre o *online* e *offline* ou entre o global e o local. Há cada vez mais uma intersecção de interações, que mesmo quando possuem características globais não perdem as locais.

A “distância” entre o comportamento social face a face e o virtual está cada vez mais se diluindo. A Internet é a grande propulsora dessa mudança comportamental. Parece até que, em 2010, isso já não é novidade. No entanto, ao entrar no campo pesquisado, as particularidades das interações mostram situações novas. Diferenças entre os atores sociais parecem que diminuem, mesmo que simbolicamente, mas continuam existindo da mesma forma. A diversidade serviu como um estímulo para o estudo. Esses espaços são pontos de sociabilidades e socialidades contemporâneas. Nota-se particularidades de mudanças de comportamentos tendo a Internet como instrumento em tais modificações. A relação entre o *offline* e o *online* nos cibercafés e *lan houses* é bastante variável. Em um extremo, os adolescentes socializando, no outro, adultos trabalhando, ou até idosos navegando. Os locais hamburguenses têm diferentes públicos e diferentes comportamentos, conforme o momento: noite, manhã, tarde, fim de semana.

A idéia de alguns autores de que a Internet mudaria o comportamento das pessoas, fazendo com que ficassem confinadas em casa não encontra amparo entre os hamburguenses. Não fugiram do mundo real, mas também não deixaram de introduzir o virtual no cotidiano. Os entrevistados nessa pesquisa confirmam, na prática, essa teoria. Cada vez mais querem permanecer ou ter oportunidades de ficarem conectados, mas também não aceitam um isolamento virtual pleno. Entre as soluções encontradas estão os cibercafés e/ou *lan houses*. São padrões de sociabilidade que surgem com o uso da Internet. Essa não levou as pessoas para uma nova vida. Possibilitou uma extensão das práticas sociais vivenciadas. A Internet provocou mudanças, alterações de comportamento, mas em Novo Hamburgo as pessoas não se tornaram outras, completamente diferentes. Elas ainda gostam de se encontrar e ficar juntas.

Além dos pontos de acesso pago, a Internet sem fio está ampliando o acesso personalizado para várias outras e diferentes situações sociais.

A sociabilidade dos locais é pautada por uma frequente e intensa mistura dos relacionamentos dentro e fora da rede. A forma de cada espaço e o público que atrai depende do lugar de operação do cibercafé ou *lan house*. Essa é outra particularidade constatada em Novo Hamburgo e que mostra detalhes do comportamento social. Apesar de estarem localizados em um perímetro geográfico relativamente restrito, passível de caminhar a pé entre um ponto e outro, os espaços pesquisados mostram diferenças particulares quanto ao público. É exatamente a localização urbana que define parte dos usuários. O Espaço 10, por exemplo, localizado em uma galeria, perto de várias lojas de calçados, recebe muitos funcionários desses locais. Eles socializam *online* e *offline* no horário de folga para almoço ou lanches. O usuário da Real Videolocadora e *Lan House* é esporádico. O ambiente fica no calçadão, onde é grande o vaivém de pessoas. Muitas estão passando e aproveitam para a conexão rápida, como ver e-mails, boletos. Geralmente, é aquele que está momentaneamente sem acesso ao ciberespaço, porque a máquina estragou, por exemplo.

O Manéh Café absorveu diferentes tipos de públicos, conforme o horário. Em meio a muitos prédios residenciais recebe crianças e adolescentes, na manhã e tarde. Nesses mesmos horários, compartilham adultos, que aproveitam para lanches, bebidas e conexão. Na noite, por também estar na rota de algumas danceterias, é ponto de encontro da galera *online* e *offline*. Estes jovens aproveitam a Internet, antes e depois das baladas. Antes para convidar alguns que ainda não chegaram, por exemplo. Depois, pra mandar até fotos da noitada e contar detalhes. Alguns usam os computadores pra mandar recados e fotos pro “ficante”, que recém se despediu na danceteria. Algumas situações poderiam ser feitas *online* quando chegassem em casa, mas estariam *offline* sozinhos. Aproveitam o ambiente do café, onde há a característica sociabilização do fim de noite, para agregar as duas opções em um ambiente de intersecção entre o

físico e o ciberespaço. Particularidades específicas podem ser notadas em todos os espaços, diante de horários e localizações.

No shopping, por exemplo, onde há espaço *wi-fi*, foram constatadas situações em que o ator social com o notebook estava namorando *online* e, ao mesmo tempo, paquerando a garota que passava ou estava na mesa ao lado. Situação passível de acontecer em qualquer outro local público de acesso à rede. A referência exclusiva ao espaço público aqui é porque é o campo dessa pesquisa. Não significa que isso não possa acontecer dentro de casa, entre quatro paredes. As mesmas situações em ambiente público não estão restritas ao namoro ou amizade, mas também ao trabalho, por exemplo. Entrevistados estavam conectados, trabalhando e não perderam a chance da paquera face a face.

O *online* não excluiu o *offline* pelo que foi apurado na pesquisa em Novo Hamburgo. Na verdade, aumentaram as possibilidades de novas interações, conhecimentos e comportamentos unindo as duas situações. As redes sociais na Internet, amplamente pesquisadas por vários autores, apontam para inúmeros comportamentos e direções. Mas a proposta dessa pesquisa era saber como esse “turbilhão” no ciberespaço estava “respingando” também do outro lado da rede. Foi possível vivenciar muito mais que pingos e enfrentar uma tempestade comportamental. Ao mesmo tempo em que esse dilúvio mutacional é grandioso, ele não exclui o cotidiano físico dos hamburguenses, das pessoas ali inseridas. Na verdade, em muitos casos, melhora, agrega e supre a necessidade digital. Entre os exemplos está a grande maioria que não possui computador em casa e busca o mundo digital contemporâneo nos espaços de acesso pago. A busca vai de variadas formas de entretenimento ao trabalho. O usuário, como em vários exemplos entrevistados, sem o ensino fundamental completo em muitas situações, precisa mandar currículo por e-mail ou se cadastrar em *sites* de agências de emprego ou empresas. Não há alternativa. Ninguém mais aceita candidato batendo na porta e pedindo vaga.

O espaço que suporta essa mudança no comportamento social é exatamente o ambiente público de acesso pago que foi alvo dessa pesquisa. Em vários casos esse mesmo usuário, agora no final da adolescência, ou já adulto, procurando trabalho, não está entrando nesse espaço pela primeira vez. A *lan house* já era ponto de encontro para *games* há bastante tempo. Será que, diante dessas e outras situações, temos exemplos de inclusão digital? Um simples “sim” ou “não” poderia ser prematuro, ou insatisfatório. A intenção, nessa ou em qualquer outra indagação surgida na pesquisa, não é lançar respostas conclusivas. Seria primário. Mas buscar reflexões sobre o comportamento social associado à Internet. É um acesso pago que possibilita a entrada na rede. Tempo controlado, diante do dinheiro disponível. Coloca o usuário no ciberespaço e ele vai para onde deseja. O dinheiro termina e o tempo de navegação virtual também. Mas há possibilidade de voltar a qualquer momento. Claro que é preciso ter determinado valor, mas oferece a chance de participar do mundo digital.

Não cabe aqui discutir se é caro ou barato, se é certo ou errado, se isto seria competência do governo ou da sociedade, mas o que interessa é refletir diante dessa realidade vivenciada. Cibercafés e *lan houses* introduzem uma parcela considerável da população hamburguesa no mundo digital. Mas mesmo que esse ator social não seja mais considerado um “excluído digital”, porque está pagando para entrar na rede, ele não deixa de ser o que é realmente. Ainda não tem computador em casa e uma série de carências. São necessárias políticas públicas de inclusão digital. Novo Hamburgo acena para essa proposta. Com a ajuda de verba do governo federal foram instalados três telecentros, um no Centro e dois na periferia, em 2009. Esses locais possibilitam acesso gratuito à Internet. Mas as interações e mudanças nas práticas sociais observadas na *lan house* possivelmente são as mesmas. Mas é claro que carecem de outra pesquisa.

Os encontros marcados ou que acontecem dentro do elo de interações pontuam muito bem o comportamento social associado à Internet. Os amigos que buscam uma mesa de bar para aquele bate-papo, que embalou gerações e

foi imortalizado em melodias e na literatura, ainda são os mesmos. A forma contemporânea de sociabilizar é que mudou e continuará em freqüente mutação. Os espaços foram se adequando às necessidades e atraindo mais adeptos ou clientes. Os mesmos amigos que poderiam escolher qualquer barzinho preferem aquele onde é possível a conexão. O Manéh Café mostra esse comportamento, principalmente nas madrugadas. Nesse local, especificamente, foi possível ainda perceber o televisor como parte integrante do espaço, em todos os horários. Há situações em que interações acontecem com os dois dispositivos comunicacionais, mostrando situacionalidades públicas possíveis. Ambos, nesse espaço, aproximam pessoas ou grupos interessados na busca da informação e lazer.

O que pode também ser constatado são as diferenças que alguns entrevistados mostraram no comportamento face a face e na comunidade virtual ou *site* de relacionamento. As mensagens trocadas entre as pessoas, que podem ser consideradas interações, deixaram “rastros” para a pesquisa *online* que não se confirmam se confrontados com o que foi observado do mesmo ator social no espaço físico. Há uma construção de identidade possibilitada pela interação mediada pelo computador, já que é possível esconder algumas características. Isto pode acontecer para facilitar a aceitação e o pertencimento em determinada comunidade virtual. Mas tem situações em que não há cem por cento de anonimato. Muitos se conhecem. Frequentam a mesma *lan house* ou estudam, trabalham juntos. Mesmo assim há essa mistura de comportamento, que associado à Internet provoca mudanças. Há que considerar ainda que nem sempre é consciente ou nem sempre é confessada essa diferença de posturas *online* e *offline*. Para alguns interrogados, onde houve respostas diferentes no mundo físico do que acontecia no virtual, isso não existia, era normal. O que pode colocar neste contexto também outra forma de prática social, onde agir de tal maneira seria o correto. E não exatamente a descoberta de comportamentos diferentes. Há que deixar claro, novamente, que a intenção da pesquisa não é apontar o certo ou o errado. Mas mostrar as particularidades.

Nas várias situações apresentadas até esse momento é possível mostrar que estão surgindo novas práticas sociais impulsionadas pela tecnologia digital contemporânea no cotidiano da cibercultura, onde estão inseridos os cafés com *wi-fi*, cibercafés e *lan houses* na zona central de Novo Hamburgo. São também novas formas de sociabilidade e de vínculos comunitários onde ainda aparecem a socialidade, sociação, tribalismo, novas formas de estar junto, de consumo, produção e serviços. Há novos cenários de entretenimento onde surgem diferentes comportamentos sociais, quando acontece a agregação com a Internet. E esses locais são os principais meios de acesso à rede mundial de computadores.

Em Novo Hamburgo, os conceitos de *lan house* e cibercafés, na prática, aparecem em um mesmo lugar. Público variado, muitos jovens, mas também alguns com mais de 60 anos. Não podem, conforme os conceitos já citados, serem considerados apenas uma *lan house* ou cibercafé. Talvez os dois. Ou ainda uma terceira opção, pois outros tipos de negócios (videolocadoras, livraria, restaurantes) também são praticados. Alguns usam o nome cibercafé e talvez não devessem fazê-lo. Em outros, constata-se que as *lan houses* não são universos somente juvenis e para *games*. Também possuem público diversificado e com outras motivações de acesso à rede.

Para finalizar, uma importante pausa reflexiva torna-se necessária. Não é uma reflexão sobre o assunto, diretamente, mas sobre o modo como se tentou refletir sobre o tema. O objetivo é tentar fazer uma autocrítica sobre as escolhas epistêmicas (teóricas, metodológicas, empíricas, analíticas) e sobre a forma como foram desenvolvidas. Novas interrogações precisam fazer parte dessa teia conceitual. Um exame crítico da estrutura do trabalho para, a partir daí, propor outros prognósticos em uma perspectiva de continuidade. As constatações percebidas até esse momento não são de forma alguma conclusivas. Muitos outros ângulos dentro dessa mesma pesquisa seriam possíveis. Mas são necessárias escolhas.

O recorte do campo na zona central, embora possibilitando encontro com atores sociais de quase todos os bairros, poderia ter sido ampliado também para a periferia. Sabe-se que *lan houses* surgem em mais variados cantos e favelas hamburguenses. A Internet tem se mostrado um instrumento eficiente de entretenimento, prestação de serviços, educação e convivência social. Essa, quando o espaço é o ponto de acesso pago, é possível *online* e *offline*, mesmo nas comunidades carentes. No entanto, o campo na zona central da cidade não elitizou essa pesquisa. A comprovação é a grande maioria de entrevistados que não tinham computador em casa. Mas o olhar dentro da *lan house* no fundo do beco da favela ou telecentros (esses com acesso gratuito) traria particularidades também compensadoras para uma pesquisa. A questão da mobilidade urbana também é um foco que poderia ter sido melhor apurado. Ainda dados quantitativos poderiam ter sido manipulados. Isso significa que esse trabalho possivelmente não termina aqui. Novos voos acadêmicos podem ainda ser alçados nessas direções.

Para que fosse possível chegar até esse momento, a proposta metodológica foi determinante. A multi-etnografia possibilitou um olhar apropriado para o objeto da pesquisa. Uma observação apenas no espaço físico, sem a agregação da etnografia, fotoetnografia e netnografia, não teria alcançado as mesmas interpretações realizadas. Ainda há que se considerar que esse método que nasce nessa dissertação poderá auxiliar em novos trabalhos que almejem pesquisar a intersecção entre o *online* e o *offline*. No entanto, é importante frisar que essa metodologia ainda pode ser ampliada, melhorada e melhor normatizada. Tarefa também para novos desafios.

REFERÊNCIAS

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. **Fotoetnografia**: um estudo de Antropologia Visual sobre o cotidiano, lixo e trabalho. Porto Alegre: Palmarinca, 1997.

_____. **Fotoetnografia da Biblioteca Jardim**. Porto Alegre: UFRGS: tomo editorial, 2004.

AUGÉ, Marc. **Não-Lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.

ÁVILA, João Carlos. Uma Nova Mania Mundial Chega ao Bar. **Jornal NH**. Novo Hamburgo, Caderno de Informática, p. 8, 27 jun. 1996.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BONI, Paulo César; MORESCHI, Bruna Maria. Fotoetnografia: a importância da fotografia para o resgate etnográfico. **Doc On-line**. Londrina, n. 03, p. 137-157, dez. 2007. Disponível em: <www.doc.ubi.pt>. Acesso em: 13 ago. 2010.

BRAGA, A. Usos e Consumos de Meios Digitais entre Participantes de Weblogs: uma proposta metodológica. In: **Anais do XVI Encontro da Compós**. Curitiba: UTP, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2008.

CAIAFA, Janice. **Aventura das Cidades**: ensaios e etnografias. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CARDOSO, Gustavo. **Para uma Sociologia do Ciberespaço**: comunidades virtuais em português. Oeiras: Celta, 1998.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação**: economia, sociedade e cultura. v. I. A Sociedade em Rede. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

_____. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. **Sociedade em Rede. Economia, Sociedade e Cultura na Era da Informação**. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CETIC.br – Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação. **Glossário**. Disponível em: <<http://www.cetic.br/empresas/2007/glossario.htm>>. Acesso em: 21 mar. 2008.

CGI.br – O Comitê Gestor da Internet no Brasil. Disponível em: <www.cgi.br>. Acesso em: 18 ago. 2009.

CLIFFORD, James. **A Experiência Etnográfica**: antropologia e literatura no século XX. In: GONÇALVES, José R. S. (org.). Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.

DICIOPÉDIA, 2005. Porto Editora. Disponível em: <http://www.verbojuridico.eu/doutrina/tecnologia/lanhouse_cibercafe.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2008.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Aurélio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FRAGOSO, Suely. Conectibilidade e Geografia em Sites de Rede Social: um olhar sobre as relações entre território e identidade a partir do Orkut. **Revista Galáxia**, v. 16, p. 109-122, 2008b. *Manuscrito cedido pela autora*.

FRAGOSO, Suely. De Interações e Interatividade. **X Compós** – Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Texto apresentado e debatido no Grupo de Trabalho Comunicação e Sociedade Tecnológica. Brasília, 2001.

_____. Games Online como Terceiros Lugares. **Revista Fronteiras**. São Leopoldo: jan. / abr. 2008.

_____. Um e Muitos Ciberespaços. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs.). **Olhares Sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

GUBER, Rosana. **La Etnografia**: método, campo y reflexividad. Buenos Aires: Norma, 2001.

HÁ DEZ anos nascia primeiro cibercafé. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, Caderno de Tecnologia, 3 maio 2004. Disponível em: <estadão.com.br>. Acesso em: 24 mar. 2008.

JOHNSON, Steven. **Emergência**: a vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade**: a era da conexão. Salvador: UFBA. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/cibercidades>>. Acesso em: 7 maio 2008.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época: olhares sobre a cibercultura. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs.). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

_____. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. Cidade e Mobilidade, Telefones Celulares, Funções Pós-Massivas e Territórios Informacionais e Matrizes. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo**. São Paulo, 2007a.

_____. **Mídia Locativa e Territórios Informacionais**. Salvador, 2007b. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2008.

_____; NOVAS, Lorena. Cibercultura e Tsunamis: tecnologias de comunicação móvel, blogs e mobilização social. **Revista da FAMECOS**. Porto Alegre: EDIPUCRS, n. 26, 2005.

_____; PALÁCIOS, Marcos (orgs.). **As Janelas do Ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

_____. Cidade Ciborgue. In: **Galáxia**, n. 8, PUC-SP, EDUC: Brasília, 2004.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: por uma Antropologia do Ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.

_____. **As Tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. **O que é o Virtual?** São Paulo: Editora 34, 2001.

MAFFESOLI, Michel. **A Contemplação do Mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. **No Fundo das Aparências**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. **O Tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MATEUS, Carlos. **Lan House e Cybercafé**. Disponível em: <http://www.verbojuridico.com/doutrina/tecnologia/lanhouse_cibercafe.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2008.

MATEUS, Carlos. **Lan House e Cibercafé**: direito das novas tecnologias. Compilações Doutrinais. set. 2006. Disponível em: <www.verbojuridico.pt>. Acesso em: 12 maio 2008.

MILLER, Daniel. Etnografia on e Off-line: cibercafés em Trinidad. **Horiz. Antropol.** Porto Alegre, v. 10, n. 21, jan. / jun. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v10n21/20619.pdf>>. Acesso em: 3 mar. 2008.

MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. Estudo dos Blogs a Partir da Netnografia: possibilidades e limitações. **RENOTE**, Revista Novas Tecnologias na Educação, v. 4, 2006.

MORIN, Edgar. **A Cabeça Bem-Feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand, 2001.

NIC.br - Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. Disponível em: <www.nic.br>. Acesso em: 15 set. 2009.

PEIRANO, Mariza. **A Favor da Etnografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.

PELLANDA, Eduardo Campos. Comunicação Móvel: das potencialidades aos usos e aplicações. Trabalho apresentado no NP Tecnologias da Informação e da Comunicação do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação. **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2008.

_____. **Weblogs de Bolso**: análise do impacto da mobilidade no Cenário. Publicações Instantâneas na Web. 2006. Disponível em: <http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/12_eduardo_pellanda_prisma.pdf>. Acesso em: 8 maio 2008.

PRIMO, Alex. Enfoques e Desfoques no Estudo da Interação Mediada por Computador. In: BRASIL, André et al. (orgs.). **Cultura em Fluxo**: novas mediações em rede. Belo Horizonte: PUC Minas, 2005.

_____. **Interação Mediada por Computador**: comunicação, cibercultura, cognição. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

RECUERO, Raquel. Adicionar um Comentário: mecanismos de conversação em weblogs e fotologs brasileiros. **RBLA**. Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p. 151-175, 2009b.

_____. **Redes Sociais na Internet**. Coleção Cibercultura. Porto Alegre: 2009a.

SÁ, S. P. Netnografias nas Redes Digitais. In: PRADO, J. L. **Crítica das Práticas Midiáticas**. São Paulo: Hacker, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. A Crítica das Mídias na Entrada do Século XXI. In: PRADO, José Luiz Aidar (org.). **Crítica das Práticas Midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, 2002.

_____. **Cultura das Mídias**. 2. ed. São Paulo: Experimento, 2003.

_____. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SEBRAE. Disponível em: <www.sebraesp.com.br>. Acesso em: 25 fev. 2008.

SEPÉ, Cláudia P. Interatividade ou Interação? Reflexões acerca do sentido erminológico para a compreensão de um objeto de estudo emergente 1. **UNIrevista**, v. 1, n. 3, 2006.

SILVA, Marco. **Sala de Aula Interativa**. Rio de Janeiro: Quartet, 2000.

SILVEIRA, Fabrício. Mediação e Cia: um ensaio sobre os usos sociais do televisor em espaços públicos. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. 2006. Disponível em: <www.compos.com.br/e-compos>. Manuscrito cedido pelo autor ao pesquisado.

SIMMEL, Georg. **Questões Fundamentais da Sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo Etnografia no Mundo da Comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

WATZLAWICK, Paul; BEAVIN, Janet Helmick; JACKSON, Don D. **Pragmática da Comunicação Humana**: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação. São Paulo: Cultrix, 1967.