



<http://digithum.uoc.edu>

**Dossier «Investigant els *media* a través de les pràctiques: una aproximació etnogràfica als estudis de comunicació»**

## Contingut local al Brasil: marc conceptual i implicacions metodològiques

**Tori Holmes**

Escola de Cultures, Llengües i Estudis d'Àrea  
Universitat de Liverpool  
v.holmes@liv.ac.uk

**Data de presentació:** març de 2009

**Data d'acceptació:** abril de 2009

**Data de publicació:** maig de 2009

### CITACIÓ RECOMANADA

HOLMES, Tori (2009). «Contingut local al Brasil: marc conceptual i implicacions metodològiques». E. ARDÈVOL, A. ROIG (coords.) «Els *media* a través de les pràctiques: una aproximació etnogràfica als estudis de comunicació» [dossier en línia]. *Digithum*. Núm. 11. UOC. [Data d'accés: dd/mm/aa]. <adreça electrònica del document>  
ISSN 1575-2275

### Resum

Aquest article presenta el treball en curs d'una recerca de doctorat sobre l'ús d'internet a les favelas de Rio de Janeiro, al Brasil, i posa una especial atenció en el contingut d'internet produït i compartit per la gent que hi viu. La recerca proposa aplicar el concepte de *contingut local* més enllà de l'abast de les polítiques i els projectes d'inclusió digital, en el contingut generat en les pràctiques diàries d'ús d'internet. L'article presenta una perspectiva general de l'accés a internet al Brasil i la discussió de les qüestions conceptuals i metodològiques que ha suscitat l'interès en el contingut local, entès com «l'expressió del coneixement d'una comunitat posseït i adaptat localment –on la comunitat és definida per la seva ubicació, la seva cultura, la seva llengua o la seva àrea d'interès–», segons la definició proposada per Ballantyne (2002).

### Paraules clau

Brasil, internet, contingut local, inclusió digital

### Abstract

This article presents work in progress from PhD research investigating the use of the internet in the favelas (shantytowns) of Rio de Janeiro, Brazil, with a particular focus on the internet content produced and shared by those who live there. The research proposes to apply the concept of *local content* beyond the scope of digital inclusion policy and projects, to content generated in everyday practices of internet use. The article presents an overview of internet access in Brazil and discussion of the conceptual and methodological issues raised by the interest in local content, understood as “the expression of the locally owned and adapted knowledge of a community – where the community is defined by its location, culture, language, or area of interest –” according to a definition proposed by Ballantyne (2002).

### Keywords

Brazil, internet, local content, digital divide



## Perspectiva general de l'ús d'internet al Brasil

L'ús d'internet al Brasil s'ha estès en els últims anys com a resultat de les oportunitats econòmiques i els esforços del sector públic i la societat civil. Les últimes estadístiques (CETIC.br, 2009)<sup>1</sup> indiquen que el 34% dels brasilers eren usuaris d'internet el 2008 (en la franja d'edat dels 16 als 24 anys s'arribava al 61%).<sup>2</sup> L'accés públic a internet és habitual i gairebé la meitat (48%) dels usuaris brasilers freqüenten cafès d'internet, coneguts com a *lan houses*.<sup>3</sup> La baixada del cost dels ordinadors i els plans especials per a permetre'n la compra a les persones amb ingressos més baixos han portat un increment de l'ús d'internet des de casa; el 2008, un 25% de les llars del Brasil tenien un ordinador i un 18% tenien connexió a internet. No obstant això, l'estudi del 2008, dut a terme en àrees rurals per primera vegada, va confirmar que encara hi ha grans desigualtats pel que fa a l'accés a les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC): entre les àrees urbanes i les rurals, entre regions, i entre brasilers amb diferents nivells d'ingrés i diferent estatus socioeconòmic.

La recerca en l'ús d'internet a les favelas<sup>4</sup> de Rio de Janeiro que es va dur a terme el 2003<sup>5</sup> (Sorj *et al.*, 2005) va revelar que l'11,6% dels enquestats utilitzaven internet (un 3,3% tenien connexió a casa). Més de la meitat dels enquestats (un 51,3%) van dir que la raó per la qual no accedien a internet era que no tenien un lloc on fer-ho (només un 14,6% adduïen raons de cost). Hi ha indicacions que ara mateix aquesta demanda de punts d'accés a les favelas s'assumeix, almenys en part, gràcies a l'expansió de les *lan houses*. Per exemple, s'estima que hi ha unes 150 *lan houses* només al complex de favelas Maré de Rio, que té una població de 130.000 persones (Observatório de Favelas, 2007b). Com es podia esperar, aquest desenvolupament atreu cada cop més l'atenció dels investigadors i dels formuladors de polítiques, que veuen possibles llocs d'inclusió digital (per exemple, Ibict, 2008; Minuano, 2008; Carvalho, 2008), tot i que altres continuen dient que només els projectes com els telecentres poden fer aquest paper (Gonçalves, 2007). El novembre i el desembre del 2008, la cadena de televisió més gran del Brasil, Rede Globo, va emetre una

documental sobre les *lan houses* a les favelas o barris semblants dins del seu programa *Fantástico*.

Més enllà de l'accés, els usuaris d'internet brasilers han mostrat una tendència a l'«apropiació intensa» (Fragoso, 2006) de certes plataformes, com en el cas del seu domini en la xarxa social Orkut.<sup>6</sup> Les enquestes globals sobre l'ús d'internet al Brasil tendeixen a situar els brasilers entre els primers llocs de la llista de països que passen més temps en línia, fan servir xarxes socials, llegeixen o escriuen blogs o pugen fotos o vídeos (vegeu Universal McCann, 2008). Bryan McCann (2008, pàg. 131) ha anomenat aquest fenomen *la norma Orkut*, la idea que «quan és possible, els brasilers aprofiten les possibilitats dels mitjans digitals per a crear nínxols i xarxes transculturals de maneres que desafien les jerarquies tradicionals i el cànon cultural existent». Una sèrie de fonts (Viva Favela, 2005; Maia *et al.*, 2006; Recuero, 2007; Batista, 2007) i la meua pròpia recerca d'exploració identifiquen usos d'Orkut per part de residents de favelas que encaixen en aquest model, cosa que suggereix que probablement Orkut pot ser un espai clau per a estudiar el contingut local produït per pràctiques d'ús d'internet fora de l'elit al Brasil. La secció següent introdueix el concepte de *contingut local* i les qüestions de recerca que suscita.

## Definició del contingut local

La necessitat que tenen els grups marginats de produir contingut localment rellevant i accedir-hi ara és un element clau d'una àrea de polítiques i pràctiques coneguda com *TIC per al desenvolupament* (ICT4D) o *inclusió digital*. En la meua recerca, el contingut local s'entén com «l'expressió del contingut d'una comunitat posseït i adaptat –en què una comunitat es defineix per la seva ubicació, la seva cultura, la seva llengua o la seva àrea d'interès–» (Ballantyne, 2002, pàg. 2), interpretació que s'aplica no solament a internet, sinó també a mitjans «més antics» com els continguts d'àudio, vídeo o el material imprès. De fet, Ballantyne apunta que internet potser encara no és un canal de continguts locals important en molts països i que les demandes de contingut local a internet

1. CETIC.br, àrea de recerca del comitè de governança d'internet, és l'Estudos sobre Tecnologias da Informação e da Comunicação o Centre per als Estudis sobre Tecnologies de la Informació i la Comunicació. Des del 2005, CETIC.br ha produït indicadors i estadístiques sobre l'ús de les TIC al Brasil ([www.cetic.br](http://www.cetic.br)).
2. Els usuaris d'internet són les persones que han fet servir internet en els tres mesos anteriors a l'enquesta.
3. Només un 4% va fer servir telecentres, espais que proporcionen accés a internet públic i lliure (normalment amb el suport del govern, fundacions privades o organitzacions no governamentals), percentatge inferior al de l'any anterior, que va ser del 6%.
4. Cal tenir en compte que les favelas són diferents pel que fa a la topografia, les característiques demogràfiques i socioeconòmiques, els serveis, l'habitatge, els nivells de violència i la presència de l'Estat (Perlman, 2004; Valladares, 2005; Souza *et al.*, 2002, citat a Observatório de Favelas, 2007a), com també pel que fa a l'accés a les TIC (Sorj *et al.*, 2005).
5. La situació canvia ràpidament, almenys a les àrees urbanes del Brasil. La recerca de Sorj *et al.* es va fer abans de la recent expansió de les *lan houses*, abans de la intensificació dels programes d'inclusió digital del govern i abans del llançament d'Orkut i la seva popularització al Brasil.
6. Les estadístiques d'usuaris fluctuen, però el març del 2009, la mateixa pàgina de demografia d'Orkut mostrava que un 49,7% dels usuaris del lloc eren del Brasil (Orkut, sense data). Del 90% dels usuaris d'internet brasilers que van fer servir internet per a «comunicació», el 70% va fer servir xarxes socials com Orkut (CETIC.br, 2009).



per part dels formuladors de polítiques internacionals es poden motivar per una preocupació per donar una visibilitat més global a les «veus del sud» o oportunitats de comerç electrònic per a les arts, l'artesania i la música locals (Ballantyne, 2002, pàg. 7).

Evidentment, hi ha altres maneres d'entendre el contingut local, i Ballantyne n'esmenta algunes: contingut produït en una ubicació geogràfica específica; contingut destinat a un públic local específic o que és rellevant per a aquest públic, o programació de mitjans que no s'importa de l'estranger.<sup>7</sup> La clau de la seva definició és que entén el contingut local com un contingut *de grups* o individus locals (més que no pas produït *per a* ells) (Ballantyne, 2002, pàg. 5), que transmet «missatges i informació localment rellevants» i proporciona «oportunitats a la població local d'interactuar i de comunicar-se els uns amb els altres, expressar les seves idees, el seu coneixement i la seva cultura» (Ballantyne, 2002, pàg. 1).

Fins i tot en el treball acadèmic, del qual n'hi ha relativament poc, amb la important excepció del treball aparegut arran de la participació d'investigadors en projectes de contingut local a Austràlia i el sud d'Àsia (Bruns *et al.*, 2007; Humphrys *et al.*, 2008; Tacchi, 2005, 2007; Tacchi *et al.*, 2008), el contingut local basat en internet continua essent un concepte associat principalment a les polítiques i els projectes socials. En aquest article argumentem que també és útil acostar-nos al contingut generat per les pràctiques d'internet quotidianes de grups que són fora de l'elit.

## Contingut generat per l'usuari: alfabetismes i apropiació

Es podria dir que l'escenari per a la creació de contingut local ha canviat –alguns dirien que s'ha obert– en els últims anys com a resultat de les tendències generals en el desenvolupament i l'ús d'internet. El major èmfasi en col·laboració, participació i interactivitat en la generació actual de plataformes i eines, sovint conegudes com a *web 2.0* (O'Reilly, 2005), ha portat un augment sobtat de «contingut generat per l'usuari». Això es pot veure en les xarxes socials, la gestió del coneixement, la pràctica creativa, el joc en línia multiusuari, el periodisme ciutadà, el filtre col·laboratiu

i el desenvolupament del programari de codi obert, en què els usuaris són «produuaris» ('productors i usuaris') (Burns, 2007). Quan aquest contingut generat per l'usuari se centra en barris específics, sovint se'n diu *hiperlocal*.<sup>8</sup>

L'augment potencial i teòric de les oportunitats dels usuaris d'internet «ordinaris» de publicar el seu propi contingut es pot dir que enforteix la proposició de Ballantyne de contingut local. Humphrys *et al.* (2008) assenyalen que les plataformes web 2.0 ara podrien ser més adequades per a l'emmagatzematge, la compartició i l'agregació de contingut local que no pas els webs independents i creats amb un propòsit. Tanmateix, a més d'oportunitats, en la creació de contingut dirigida per l'usuari hi ha moltes limitacions possibles (Tacchi, 2007). Pot ser un procés intensiu en temps (Hargittai *et al.*, 2008) i que requereixi «unes competències molt particulars i uns alfabetismes creatius i tecnològics que no podem pressuposar a la majoria de la població» (Burgess, 2006, pàg. 205). El poc treball que hi ha fet sobre les diferències entre les persones que publiquen contingut en línia i les que no ho fan (als Estats Units) ha mostrat una línia divisòria de participació en què l'estatus socioeconòmic és un factor clau (Hargittai *et al.*, 2008). L'edat podria ser un altre factor. A més de ser necessaris certs alfabetismes (com ara les destreses en llengua estrangera), les plataformes de web 2.0 són difícils de fer servir sense una connexió de banda ampla fiable (Van der Velden, 2008).

Més enllà d'aquestes limitacions, sovint hi ha conflictes i tensions a l'hora de decidir què constitueix contingut local en les polítiques o en els projectes socials. Els formuladors de polítiques o els líders de projectes poden definir o limitar el contingut local com a contingut (o informació) relacionat amb els problemes locals o amb àmbits considerats crucials per als grups o individus implicats, com la salut, l'ensenyament o el medi ambient.<sup>9</sup> El contingut relacionat amb l'entreteniment i el lleure pot no ser gaire ben rebut en un escenari de projectes, cosa que reforça la idea que sovint hi ha un buit entre els ideals dels projectes d'inclusió digital i les pràctiques d'usuari reals, com Schofield Clark (2003) va descobrir als Estats Units. Aquest escenari es pot observar al Brasil, on l'ús d'Orkut cada cop és més prohibit o limitat en alguns telecentres.<sup>10</sup> Però també hi ha exemples en què s'ha adoptat Orkut per a projectes que treballen amb gent jove per al treball en xarxa, el treball social i la promoció social. A més, la recerca ha indicat que

7. Warschauer (2004) reconeix que grups no locals poden proporcionar almenys alguns continguts rellevants localment i un informe recent de l'Organització de Telecomunicacions de la Commonwealth (2008) va definir el contingut local com un servei que havien de proporcionar els governs.

8. La implicació del terme *hiperlocal* és que aquest contingut proporciona un nivell de detall i coneixement local que no és present en els mitjans; tanmateix, els mitjans també fan servir el terme per a projectes basats en web que fomenten les contribucions dels lectors o el públic.

9. Van der Velden (2008) ha escrit sobre «la manera com els dissenys tecnològics per als sistemes de classificació [de coneixement de desenvolupament] basats en web poden esdevenir estructures hegemòniques globals que podrien limitar la participació de comunitats de coneixement marginades», i suggereix que els usuaris haurien de ser capaços de triar les seves pròpies categories per a classificar el coneixement, per exemple mitjançant l'ús d'etiquetes (paraules clau generades per l'usuari), que permeten que els recursos «es classifiquin de maneres diferents i fins i tot contradictòries».

10. S'ha parlat d'aquest tema polèmic en la 7a. edició del Taller d'inclusió digital brasiler, que va tenir lloc a Belém, Pará (Folha Online, 2008). Amadeu (2008) també proporciona una cobertura crítica de la prohibició d'Orkut, MSN i el lloc de publicació de microblogs Twitter a les escoles públiques de São Paulo.



<http://digithum.uoc.edu>

Contingut local al Brasil: marc conceptual i implicacions metodològiques

«les destreses i les capacitats [...] aprenes gràcies a l'ús d'Orkut són elements clau en el desenvolupament de ciberalfabetismes i capital sociotècnic» (Spence, 2007, pàg. 16).

L'alternativa a regular el que constitueix contingut local «apropiat» per a grups marginats és parar atenció al que Tacchi anomena la seva apropiació «innovadora, atrevida i plaent» d'internet i les tecnologies relacionades. Al sud d'Àsia, es va adonar que els usuaris no entenien les TIC simplement com a «eines per a accedir a informació útil i fer-la circular», sinó que les utilitzaven «de maneres molt més complexes i creatives, barrejant informació i entreteniment, l'aprenentatge de destreses com a activitat plaent per si mateixes i destreses com una manera de canviar directament les seves circumstàncies» (Tacchi, 2005, pàg. 29). En aquesta línia, Franklin (2004, pàg. 101) afirma que la recerca acadèmica ha deixat de banda les «interaccions en línia informals i orgàniques» de grups que no són d'elit a internet (com ara fòrums de debat o xats) i que considerar que aquestes interaccions són menys polítiques, menys socials o menys rellevants «perpetua una representació d'internet monolítica, monocultural i convertida en una mercaderia».

## Què és local en el contingut local?

Es diu que internet esdevé «més local» a mesura que més gent la fa servir arreu del món (Davies *et al.*, 2004, citat a Postill, 2008, pàg. 414) i que hi ha en marxa un «procés global de localització d'internet» (Postill, 2008, pàg. 414). A causa del fet que els usuaris estan implicats en la construcció d'internet mitjançant el contingut que produeixen (Hine, 2000, pàg. 38), el contingut local podria representar una manera que té l'usuari de participar en la localització d'internet. No obstant això, hem de tenir en compte qüestions sobre els llocs de localització d'internet, com es manifesta, qui hi participa i, en particular, fins on internet podria esdevenir més local. Aquesta última pregunta és especialment important per als acadèmics amb una mentalitat antropològica o etnogràfica, com adverteixen Hammersley *et al.* (2007, pàg. 138): «Les nostres preferències històriques per les comunitats cara a cara i llocs d'interacció locals i intensos no ens haurien d'impedir d'adonar-nos del fet que les formes de comunicació contemporànies poden transformar la nostra idea del que és local en xarxes distribuïdes àmpliament». En altres paraules, no hem de pressuposar un lloc, o almenys no hem de pressuposar que només trobarem «cultura local» en escenaris socials delimitats. Per la seva part, això suscita reptes per als investigadors interessats en objectes d'estudi que transcendeixen aquests escenaris: quan el centre és internet, «trobar un lloc on ens puguem dirigir no és, de cap manera, senzill» (Hine, 2000, pàg. 9). Postill (2008, pàg. 414) identifica reptes metodològics, conceptuals i logístics complexos en l'estudi de la localització d'internet, que comporta que hom «passi prou temps

en un escenari local per a conèixer, tant en línia com fora de línia, les persones que hi viuen, hi treballen o hi juguen».

Aparentment, Ballantyne (2002) té una certa amplitud de mires sobre si la idea de local en el contingut local té relació amb un lloc geogràfic o amb una cultura, una llengua o àrea d'interès que connecta persones de diferents llocs. Això concorda amb la consideració d'Ito (1999, pàg. 5) sobre «la manera com les persones fan servir la tecnologia de xarxes com a material per a construir alternatives a les localitats geogràfiques, localitats en xarxa impulsades per formes d'afiliació no geogràfiques». Tanmateix, Ito insisteix en el fet que ella no planteja una oposició entre localitats de xarxa i localitats físiques, perquè fins i tot les localitats de xarxa tenen «una base en llocs, pràctiques i relacions materials concrets» (Ito, 1999, pàg. 1). La importància vigent del lloc en relació amb internet es comentarà més endavant.

Ito (1999, pàg. 11) descriu com els membres de SeniorNet, una xarxa de persones grans usuàries d'ordinadors estesa arreu dels Estats Units, compartien continguts per xat i serveis de debat i àrees del sistema d'AOL designades, de manera que sabien que els continguts que hi publicaven eren «locals del lloc». Les persones interactuaven diàriament en un «espai comú» i generaven «contingut produït per la comunitat». Ito suggereix que es tracta d'un exemple de com la localitat es pot produir «per mitjà d'infraestructures de mitjans i dins d'aquestes» (Ito, 1999, pàg. 2), a partir, entre altres, del treball d'Appadurai. Appadurai (1996, pàg. 178) posa èmfasi en el fet que la localitat és una propietat de la vida social, «fonamentalment relacional i contextual més que no pas [...] escalar o espacial» i «és constituïda per una sèrie d'enllaços entre el sentit d'immediatesa social, les tecnologies d'interactivitat i la relativitat dels contextos». Diferencia la localitat dels barris, que ell entén com «les formes socials realment existents en què la localitat, com a dimensió o valor, pren forma de manera variable» (Appadurai, 1996, pàg. 179, èmfasi afegit). Per a Appadurai, la localitat també és un concepte fràgil i la seva producció representa, cada cop més, un esforç. És útil pensar en el contingut local com una tècnica per a la producció de localitat i estar alerta als esforços que podria comportar.

Sá va estudiar el lloc web *Capao.com*, creat per residents del barri Capão Redondo de São Paulo, amb una perspectiva d'estudis culturals. Va descobrir que les persones que hi contribuïen estaven ocupades a forjar una idea del lloc o «la seva idea de Capão» (Sá, 2007, pàg. 130), que incloïa la creació d'un registre escrit de les llengües orals parlades a São Paulo. Tanmateix, el seu ús d'internet també contribuïa a produir localitat com a sentit relacional i contextual d'immediatesa social:

«el sentit de pertinença a un lloc no prové d'un llarg llinatge d'avantpassats o de connexions culturals profundes històricament. Prové de les seves pròpies activitats, del que ells creuen que construeixen en el moment present, de les xarxes de solidaritat que ells mateixos construeixen» (Sá, 2007, pàg. 131).



<http://digithum.uoc.edu>

Contingut local al Brasil: marc conceptual i implicacions metodològiques

*Capao.com* també representa una manera d'aconseguir una nova presència, «per mitjà de l'ús adequat de la pròpia veu per a articular les narratives i els discursos específics del grup o subcultura de pertinença» (Mitra, 2004, pàg. 492, citat a Sá, 2007, pàg. 127).

Malgrat aquestes narratives localitzades, el públic desitjat o real no és solament local. Ballantyne (2002, pàg. 6-8) proposa una taxonomia de públic i fluxos de contingut local en una graella amb dos eixos. Un és horitzontal i és per a l'aplicació de contingut, del que és local (a l'esquerra) al que és global (a la dreta), i l'altre és vertical i és per a l'expressió (generació o adaptació) del que és local (a baix) al que és global (al dalt). Tant *Capao.com* com *Viva Favela*, portal d'una ONG que se centra en les faveles de Rio de Janeiro,<sup>11</sup> es van crear explícitament amb l'objectiu de presentar una visió positiva d'aquests barris a internet (Sá, 2007, pàg. 126; Ramalho, 2007, pàg. 47), de manera que tots dos se situen en el «quadrant sud-est» de la taxonomia de Ballantyne, que correspon al contingut expressat localment que guanya visibilitat o aplicació entre públics locals o globals externs.

## Contingut local: text i pràctica que connecta el que és en línia i el que és fora de línia

La discussió anterior implica que la localitat es pot produir tant en línia com fora de línia. Tanmateix, alguns acadèmics han demostrat (Miller *et al.*, 2000, 2004; Leander *et al.*, 2003) que les dimensions, els contextos o els espais en línia i físics no estan separats ni diferenciats, sinó que es creuen i es configuren mútuament de maneres diverses i complexes, que també s'haurien d'estudiar (Slater, 2002). Si considerem que el contingut local és text, llavors hem de ser conscients, com va suggerir Hine (2000), que el contingut publicat a internet sovint passa a ser fora de línia i experimenta transformacions que haurien d'atreure l'atenció dels investigadors. Aquestes transformacions podrien afectar el significat i l'abast del contingut. També hi ha un flux en la direcció contrària, d'una situació o un esdeveniment fora de línia a la seva representació en el contingut d'internet.

Hine també afirma que els llocs de producció de contingut d'internet són dispersos (Hine, 2000, pàg. 38) i jo suggeriria que potencialment inclouen no solament llocs web o plataformes des d'on es publica el contingut o s'hi accedeix, sinó també punts d'accés públics, llars i llocs de treball on es fa servir internet, els espais on s'origina el contingut (o on és inspirat) i on arriba o deixa rastres. Això permetria la construcció d'un «camp etnogràfic en

xarxa», que incorporaria espais físics, virtuals i imaginats, i seria «definit per moviments físics, llocs indexats en parla i text, i les imatges mentals socials produïdes pels participants en la recerca», que l'investigador segueix i intercepta, com proposa Burrell (propera aparició).

Així, la connexió del contingut als diversos llocs de la seva producció, recepció i (re)interpretació implica que el contingut local és més que un text i es pot considerar com una pràctica. Couldry (2004, pàg. 117) ha proposat que ens aproximem als mitjans «com el conjunt obert de pràctiques relacionades amb els mitjans o que són orientades al seu entorn», un paradigma que encaixa amb el meu interès en la investigació del contingut local com a part de la cultura digital a les faveles de Rio de Janeiro, o el que la gent fa allà amb internet o en relació amb internet. El contingut local i l'ús d'internet també són part de les *ecologies comunicatives* locals, un terme desenvolupat per Jo Tacchi *et al.* per a referir-se a «la complexa xarxa diària d'informació i comunicació en la vida d'un individu» (Tacchi *et al.*, 2007). Les ecologies comunicatives no inclouen solament els mitjans, sinó que també inclouen sistemes de transport i xarxes, «visites a veïns, xafarderies i llocs públics i privats on les persones es troben per a comunicar-se». Definir les ecologies comunicatives, doncs, implica definir persones, pràctiques i llocs.

## Cap a una conclusió, cap a un treball de camp

El lloc continua essent crucial per a entendre internet, que no és «un "ciberespai" monolític o sense ubicació, sinó que, més aviat, és una sèrie de noves tecnologies utilitzades per diverses persones en diversos llocs del món real» (Miller *et al.*, 2000, pàg.1). Malgrat les afirmacions que les TIC reduïrien o eliminarien la importància del lloc i l'espai, el treball etnogràfic a Manchester, al Regne Unit (Agar *et al.*, 2002, pàg. 283) va descobrir que, al contrari, «les TIC sempre i pertot arreu estan integrades *activament* dins de les xarxes socials, per mitjà de les quals es constitueix el lloc i es fan rellevants les històries».

A més del creixement de les *lan houses* en el paisatge de les faveles de Rio comentat abans, les faveles són cada cop més presents a internet mitjançant llocs web per a ONG, agències de notícies, serveis de turisme i escoles de samba –com apunta Valladares (2005) i com confirma la meua pròpia recerca. Més enllà d'aquests llocs web «institucionals» també hi ha molts projectes que impliquen gent jove de faveles en la producció i la compartició de contingut per mitjà de blogs o altres plataformes. Però el que

11. La majoria de fragments del lloc *Viva Favela* els produeixen els corresponents de la comunitat de les faveles. Ramalho (2007) cobreix detalladament el procés de desenvolupament de contingut.



<http://dighum.uoc.edu>

Contingut local al Brasil: marc conceptual i implicacions metodològiques

potser encara és més important per a la recerca sobre el contingut local diari és que els usuaris d'internet de les favelas fan servir Orkut i altres plataformes que els referencien o els relacionen amb els barris on viuen. Tot i que aquesta recerca comença amb un lloc geogràfic específic, és la seva connexió, més que no pas la seva ubicació, el que ajudarà a definir l'objecte de la recerca i el context local d'interpretació i l'ús d'internet el que en última instància constituirà el camp (Hine, 2000).

## Referències

- AGAR, J.; GREEN, S.; HARVEY, P. (2002). «Cotton to Computers: From Industrial to Information Revolutions». A: S. WOOLGAR (ed.). *Virtual Society? Technology, Cyberbole, Reality*. Oxford: Oxford University Press. Pàg. 264-285.
- AMADEU, S. (2008). «Twitter, MSN e Orkut são proibidos nas escolas municipais de São Paulo» [entrada de blog]. A: *Blog do Sergio Amadeu*. [Data de consulta: 3 de desembre de 2008]. <<http://samadeu.blogspot.com/2008/09/twitter-msn-e-orkut-so-proibidos-nas.html>>
- APPADURAI, A. (1996). «The Production of Locality». A: *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis / Londres: University of Minnesota Press. Pàg. 178-199.
- BALLANTYNE, P. (2002, maig). «Collecting and Propagating Local Development Content: Synthesis and Conclusions». *IICD Research Report*. Núm. 7. La Haia: International Institute for Communication and Development.
- BATISTA, J. (2007). «A periferia está on-line: sociabilidade juvenil na "web" e na "lan"». Article. A: *VII Reunião de Antropologia do Mercosul* (2007, 23-26 de juliol: Porto Alegre, Brasil). UFRGS.
- BRUNS, A. (2007). «Prodsusage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation». A: *Proceedings Creativity & Cognition 6*. Washington DC.
- BRUNS, A.; HUMPHRYS, S. (2007). «Playing on the Edge: Facilitating the Emergence of a Local Digital Grassroots». Article. A: *Internet Research 8.0, Association of Internet Researchers annual conference* (2007, octubre: Vancouver).
- BURGESS, J. (2006). «Hearing Ordinary Voices: Cultural Studies, Vernacular Creativity and Digital Storytelling». *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. Vol. 20, núm. 2, pàg. 201-214.
- BURRELL, J. (propera aparició). «The Field Site as a Network: A Strategy for Locating Ethnographic Research». *Field Methods*. Prepublicat el 18 de febrer de 2009 com a DOI: 10.1177/1525822X08329699.
- CARVALHO, O. (2008). «Lan Houses - Interfaces Possíveis entre o Entretenimento e a Inclusão Digital». Article. A: *Intercom, XXXI Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação* (2008, 2-6 de setembre: Natal, Brasil).
- CETIC.br (2009). *TIC DOMICÍLIOS e USUÁRIOS 2008 - TOTAL BRASIL* [pàgina web]. [Data de consulta: 30 d'abril de 2009]. <<http://cetic.br/usuarios/tic/2008-total-brasil/index.htm>>
- COMMONWEALTH TELECOMMUNICATIONS ORGANISATION (2008). *Towards effective e-governance: The delivery of public services through local e-content. Global Summary Report*. Londres: Commonwealth Telecommunications Organisation.
- COULDRY, N. (2004). «Theorising media as practice». *Social Semiotics*. Vol. 14, núm. 2, pàg. 115-132.
- FOLHA ONLINE (2008). «Especialistas divergem sobre bloqueio de sites em telecentros» [article en línia]. *Folha Online*. [Data de consulta: 3 de desembre de 2008]. <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ul-t124u465075.shtml>>
- FRAGOSO, S. (2006). «WTF a Crazy Brazilian Invasion». A: C. ESS, F. SUDWEEKS, H. HRACHOVEC (ed.). *Proceedings of CATaC 2006 Fifth International Conference on Cultural Attitudes Towards Technology and Communication*. Murdoch, Austràlia: Murdoch University. Pàg. 255-274.
- FRANKLIN, M. (2004). *Postcolonial Politics, the Internet, and Everyday Life: Pacific Traversals Online*. Londres / Nova York: Routledge.
- GONÇALVES, F. (2007). «Telecentros: o lugar certo para a inclusão digital» [article en línia]. *Agência Carta Maior*. [Data de consulta: 6 de desembre de 2008] <[http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia\\_id=14155&alterarHomeAtual=1](http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=14155&alterarHomeAtual=1)>
- HAMMERSLEY, M.; ATKINSON, P. (2007). *Ethnography: Principles in Practice*. Tercera edició. Abingdon, Oxon: Routledge.
- HARGITTAI, E.; WALEJKO, G. (2008). «The Participation Divide: Content creation and sharing in the digital age». *Information, Communication and Society*. Vol. 11, núm. 2, pàg. 239-256.
- HINE, C. (2000). *Virtual Ethnography*. Londres: Sage.
- HUMPHRYS, S.; BRUNS, A. (2008). «Collaborative Local Content Production through edgeX: An Evaluation». Article. A: *Internet Research 9.0, Annual Conference of the Association of Internet Researchers* (2008, 16-18 d'octubre: Copenhagen).
- IBICT (2008). *Ibict recebe representantes do MinC para apresentação da Pesquisa Mapa da Inclusão Digital no Brasil com o enfoque nas Lan houses* [pàgina web]. [Data de consulta: 6 d'agost de 2008]. <<http://www.ibict.br/noticia.php?id=506>>
- ITO, M. (1999). «Network Localities: Identity, Place, and Digital Media». Article. A: *Trobades de 1999 de la Societat per als Estudis Socials de Ciència* (San Diego). <[http://www.itofisher.com/mito/publications/network\\_localit.html](http://www.itofisher.com/mito/publications/network_localit.html)>
- LEANDER, K.; MCKIM, K. (2003). «Tracing the Everyday "Si-



<http://digithum.uoc.edu>

Contingut local al Brasil: marc conceptual i implicacions metodològiques

- tings" of Adolescents on the Internet: a strategic adaptation of ethnography across online and offline spaces». *Education, Communication & Information*. Vol. 3, núm. 2, pàg. 211-240.
- MAIA, J.; KRAPP, J. (2006). «Cidadania cultural no Morro da Mangueira: a tecnologia como espaço de resistência» [article en línia]. *UNIrevista*. Vol. 1, núm. 3. [Data de consulta: 25 de març de 2009].  
<[http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_MaiaKrapp.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_MaiaKrapp.PDF)>
- MCCANN, B. (2008). *The Throes of Democracy: Brazil since 1989*. Londres / Nova York: Zed Books.
- MILLER, D.; SLATER, D. (2000). *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
- MILLER, D.; SLATER, D. (2004). «Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad». *Horizontes Antropológicos*. Vol. 10, núm. 21, pàg. 41-65.
- MINUANO, C. (2008). «FGV pesquisa as lanhouses» [article en línia]. *AREde*. Vol. 4, núm. 37. [Data de consulta: 7 d'agost de 2008].  
<[http://www.arede.inf.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1388&Itemid=1](http://www.arede.inf.br/index.php?option=com_content&task=view&id=1388&Itemid=1)>
- OBSERVATÓRIO DE FAVELAS (2007a). *Legado Social dos XV Jogos Pan-Americanos Rio 2007: Diagnóstico social e esportivo de 53 favelas cariocas*. Rio de Janeiro: Observatório de Favelas.
- OBSERVATÓRIO DE FAVELAS (2007b). *Novas tecnologias adentram a periferia* [pàgina web]. [Data de consulta: 17 d'abril de 2008].  
<<http://www.observatoriodefavelas.org.br/observatorio/noticias/noticias/4540.asp>>
- O'REILLY, T. (2005). *What Is Web 2.0* [pàgina web]. [Data de consulta: 3 de desembre de 2008].  
<<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/ews/2005/09/30/what-is-web-20.html>>
- ORKUT (sense data). *orkut - news - demographics* [pàgina web; registre necessari]. [Data de consulta: 30 de març de 2009].  
<<http://www.orkut.com.br>>
- PERLMAN, J. (2004). «Marginality: From Myth to Reality in the Favelas of Rio de Janeiro, 1969-2002». A: A. ROY, N. ALSAYYAD (eds.). *Urban Informality: Transnational Perspectives from the Middle East, Latin America, and South Asia*. Oxford: Lexington Books. Pàg. 105-146.
- POSTILL, J. (2008). «Localizing the internet beyond communities and networks». *New Media & Society*. Vol. 10, núm. 3, pàg. 413-431.
- RAMALHO, C. (2007). *Notícias da Favela*. Rio de Janeiro: Aeroplano.
- RECUERO, R. (2007). «O Orkut e o Digital Divide» [entrada de blog]. A: *Social Media*. [Data de consulta: 12 d'abril de 2008].  
<[http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/2007\\_12.html#003446](http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/2007_12.html#003446)>
- SÁ, L. (2007). «Cyberspace Neighbourhood: The Virtual Construction of Capão Redondo». A: C. TAYLOR, T. PITMAN (ed.). *Latin American Cyberculture and Cyberliterature*. Liverpool: Liverpool University Press. Pàg. 123-139.
- SCHOFIELD CLARK, L. (2003). «Challenges of social good in the world of Grand Theft Auto and Barbie: a case study of a community computer center for youth». *New Media & Society*. Vol. 5, núm.1, pàg. 95-116.
- SLATER, D. (2002). «Social Relationships and Identity Online and Offline». A: S. LIEVROUW, S. LIVINGSTONE (ed.). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. Londres: Sage. Pàg. 533-546.
- SORJ, B.; GUEDES, L. (2005). *Internet na Favela: Quantos, Quem, Onde, Para quê*. Rio de Janeiro: Gramma.
- SPENCE, J. (2007). «Orkut: a catalysis for the Brazilian internaut». Article. A: *Internet Research 8.0, Association of Internet Researchers International Conference* (Vancouver, Canadà).
- TACCHI, J. (2005). «Supporting the Democratic Voice through Community Media Centres in South Asia» [article en línia]. *3CMedia, Journal of Community, Citizens and Third Sector Media and Communication*. Núm. 1. [Data de consulta: 12 d'abril de 2008].  
<[http://www.cbonline.org.au/3cmedia/3c\\_issue1/index.shtm](http://www.cbonline.org.au/3cmedia/3c_issue1/index.shtm)>
- TACCHI, J. (2007, novembre). «Ethnographic (per)versions and creative engagement through locally created content». A: *Proceedings CMS Symbols - Symposia on Communication for Social Development*. Hyderabad, Índia.
- TACCHI, J.; FILDES, J.; MARTIN, K. [et al.] (2007). *Ethnographic Action Research Handbook*. [Data de consulta: 8 de desembre de 2008].  
<<http://ear.findingavoice.org>>
- TACCHI, J.; WATKINS, J. (2008). *Participatory Content Creation for Development: Principles and Practices: Research from the Finding a Voice project*. Nova Delhi: UNESCO.
- UNIVERSAL MCCANN (2008, març). *Power to the People: Social Media Tracker Wave 3* [informe en línia]. [Data de consulta: 15 d'abril de 2008].  
<[http://www.universalmccann.com/Assets/wave\\_3\\_20080403093750.pdf](http://www.universalmccann.com/Assets/wave_3_20080403093750.pdf)>
- VALLADARES, L. (2005). *A invenção da favela: do mito de origem a favela.com*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- VAN DER VELDEN, M. (2008). «Organising Development Knowledge: Towards Situated Classification Work on the Web» [article en línia]. *Webology*. Vol. 5, núm. 3. [Data de consulta: 6 de desembre de 2008].  
<<http://www.webology.ir/2008/v5n3/a60.html>>
- VIVA FAVELA. (2005). *Expansão virtual* [article en línia]. [Data de consulta: 12 April 2008].  
<[http://www.vivafavela.com.br/publique/cgi/public/cgilua.exe/web/templates/htm/principal/view\\_0002.htm?edition=actionid=2&infoid=43114&user=reader](http://www.vivafavela.com.br/publique/cgi/public/cgilua.exe/web/templates/htm/principal/view_0002.htm?edition=actionid=2&infoid=43114&user=reader)>
- WARSCHAUER, M. (2004). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. Cambridge (Massachusetts): MIT Press.

**Tori Holmes**

**Escola de Cultures, Llengües i Estudis d'Àrea**  
**Universitat de Liverpool**  
 v.holmes@liv.ac.uk

Cypress Building  
 Chatham Street  
 Liverpool L69 7ZR  
 UK

Tori Holmes és estudiant de doctorat de la Universitat de Liverpool i titular d'una beca vinculada al projecte Latin American Cyberculture and Cyberliterature (<<http://www.liv.ac.uk/soclas/research/lacyberculture/>>). La seva recerca doctoral estudia la producció de contingut local dels usuaris d'internet brasilers dels barris urbans de barraques o faveles i l'accés que hi tenen. Tori prèviament havia fet recerca de l'aparició de les *cabinas públiques* (cafès d'internet) com a part d'un màster d'Estudis d'àrea (Amèrica Llatina) a la Universitat de Londres. També té experiència professional al Regne Unit i al Brasil com a coordinadora de projectes, investigadora/consultora i traductora autònoma especialitzada en les tecnologies de la informació i la comunicació i el contingut local, amb una atenció especial en l'Amèrica Llatina.



Aquesta obra està subjecta a la llicència de **Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 3.0 Espanya** de Creative Commons. Podeu copiar-la, distribuir-la i comunicar-la públicament sempre que n'especifiqueu l'autor i la revista que la publica (*Digithum*); no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>.