

**LÓGICAS, PRÁTICAS E VIVÊNCIAS DE CIDADANIA EM
TELECENTROS E LAN HOUSES NA REGIÃO
METROPOLITANA DE NATAL-RN¹**
**LOGICS, PRACTICES AND EXPERIENCES OF CITIZENSHIP
IN TELECENTRES AND LAN HOUSES IN METROPOLITAN
REGION OF NATAL-RN**

Juciano de Sousa Lacerda²

Resumo: Trata-se de resultado de pesquisa que investiga as lógicas, práticas e vivências de cidadania cultural em telecentros e lan houses da Região Metropolitana de Natal (RN). Nosso objetivo foi mapear as condições tecnológicas em multimídia de telecentros e lan houses da região e identificar a existência de produções digitais local e comunitária, tendo em vista caracterizar nessas ações algum tipo de agência cidadã ou contra-hegemônica de comunicação. Os resultados apontam para uma presença tímida de desses agenciamentos.

Palavras-Chave: Comunicação. Cidadania cultural. Telecentros e Lan houses.

Abstract: This is a result of research that investigates the logics, practices and experiences of cultural citizenship in telecentres and Internet cafes in the metropolitan region of Natal (RN). Our goal was to map the technological conditions in multimedia telecentres and lan houses in the area and identify the existence of digital productions local and community in order to characterize these actions some sort of citizen agency or counter-hegemonic communication. The results point to a timid presence of these assemblages.

Keywords: Communication. Cultural citizenship. Telecentres and Lan houses.

1. Introdução

Propusemo-nos, nesta pesquisa, a investigar as lógicas, práticas e vivências que caracterizam a condição de agentes produtores de comunicação e informação local e comunitária, em ambientes digitais midiático-comunicacionais, das pessoas que fazem uso de *lan houses* (centros públicos de acesso pago à internet) e grupos que participam de projetos de inclusão digital públicos e gratuitos, na Região Metropolitana de Natal, capital do Rio

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania do XXII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013.

² Professor do PPG em Estudos da Mídia da UFRN, Doutor pelo PPGCOM/UNISINOS, juciano.lacerda@gmail.com.

Grande do Norte.³ Com isso, buscamos fazer o mapeamento das condições tecnológicas em multimídia de telecentros e *lan houses* da região e identificar a existência de produções digitais local e comunitária (PERUZZO, 2006), tendo em vista caracterizar nessas ações algum tipo de agência cidadã ou contra-hegemônica de comunicação (HALL, 2003b; PAIVA, 2008). Partimos da seguinte questão central de pesquisa: em que condições o acesso e o uso de tecnologias de produção multimídia em telecentros de acesso público gratuito e pago (*lan houses*) tornam possível a ampliação da conversação digital em termos de produção, circulação e troca de produtos culturais ou informativos de interesse local ou comunitário? Nosso ponto de partida foi o Mapa da Inclusão Digital do IBICT⁴, que apontava 115 salas de informática em escolas e espaços públicos e 125 *lan houses*. A partir de um levantamento em que excluímos salas de informática de escolas públicas, elegemos para o desenvolvimento da pesquisa um conjunto de 19 *lan houses* na Região Metropolitana de Natal e 7 telecentros da Prefeitura Municipal de Natal. A seguir, explicitamos o processo teórico-metodológico da investigação e os principais resultados.⁵

2. Usos e apropriações das TICs

A partir de uma pesquisa exploratória (BONIN, 2006; MALDONADO, 2006) sobre pesquisas que problematizavam o tema da inclusão digital e os usos das tecnologias da informação e da comunicação, percebemos que a identificação de processos de “apropriação” das TICs eram caracterizados como exemplos possíveis de cidadania (MAZIVIERO; LACERDA, 2011). Epistemologicamente falando, procuramos realizar um exercício teórico de *apropriação*⁶ (MARTÍN-BARBERO, 2004) dos conceitos de “uso” e “apropriação”, a partir de um revisitar de autores que teorizaram ou deram luzes sobre o tema (MARTÍN-BARBERO, 1995, 2004; MATTELART & MATTELART, 1999; CERTEAU, 2000; THOMPSON, 2001; HALL, 2003; WOLF, 2003).

³ Pesquisa desenvolvida na UFRN com apoio do CNPq, através do Edital MCT/CNPq Nº 014/2010 – Universal.

⁴ Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. Acesso em <http://www.ibict.br/>.

⁵ Esta investigação foi desenvolvida com o apoio das bolsistas de IC Helena V. Maziviero, Amanda Cíntia M. e Silva; Luciana L. Garcia, dos mestrandos Juliana Bulhões, Diolene B. Machado e Kleyton Canuto; e dos voluntários: André A. da Silva, Louzianne N. dos Anjos, Rayra O. de Medeiros e Eugenia Blanco.

⁶ Assumir teorias sem discuti-las é um exercício de “dependência” conceitual que leva a uma fetichização dos conceitos, quando deveríamos partir para exercícios de “apropriação” dos modelos e teorias, ou preferivelmente, chegarmos ao nível de “invenções” conceituais, como defende Martín-Barbero (2004, p. 235).

A hipótese dos “usos e gratificações” (*use and gratifications*), de base funcionalista (WOLF, 2003), mas inspirada nos estudos culturais ingleses, conduziu a problematização dos “usos como funções” para as “funções dos usos”. Passou-se, assim, da pergunta sobre “o que os meios fazem com as pessoas?” para seu inverso: “o que as pessoas fazem com os meios de massa?”. Nesta linha, o receptor não teria o poder de oferta do emissor, mas seria um sujeito do processo de comunicação, pois estava demonstrada sua capacidade de selecionar e operar sobre as mensagens. Embora funcionalistas, esses estudos foram importantes para relativizar visões dos efeitos totais da mídia massiva. Nota-se uma influência da noção de leitura “negociada” desenvolvida por Stuart Hall (2003), no final dos anos 1970, no ensaio “Codificação/Decodificação”. Hall propõe que as pessoas se posicionam diante das mensagens ofertadas pelos programas televisivos, estabelecendo formas de leitura *hegemônica*, *negociada* ou de *oposição* ao discurso dominante.

O fato de o receptor passar ao centro das atenções das pesquisas em comunicação nos anos 1980-90 levantou suspeitas por parte de teóricos como Mattelart & Mattelart (1999), pois viam uma coincidência com o período mais intenso do processo neoliberal, cuja ideologia defende uma sociedade de mercado, diversificada na oferta e na concorrência, protagonizada por um indivíduo-consumidor livre e soberano em suas escolhas. A concepção do receptor soberano contribuiria para relativizar a discussão sobre assimetrias e hegemonias entre os grupos midiáticos emissores, na produção e circulação de informações (MATTELART; MATTELART, 1999, p. 153). Para Martín-Barbero (1995) um dos problemas dos estudos de recepção foi crer que o consumidor teria a última palavra. O poder do receptor tem limites. Assim, para podermos compreender o que faz o sujeito-receptor com os meios, e por extensão o que faz com as TICs, é preciso considerar “a concentração econômica dos meios e a reorganização do poder ideológico da hegemonia política e cultural [e econômica], que estão tendo lugar em nossa sociedade” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 55).

De Certeau (2000) nos apresentou às astúcias do processo de “fabricação” presente nas “maneiras de empregar” os produtos ofertados pelas instituições que detém o poder de comunicar. Temos exemplos em investigação anterior sobre centros de acesso público gratuito, em que os usuários desvirtuam as regras de uso explícitas em murais, a partir de distintas margens de manobra (“ações táticas”) em que quebram ou dão novos sentidos a tais

regras (LACERDA, 2008). A politização das práticas cotidianas pode estar representada nessas táticas de consumo dos usuários (CERTEAU, 2000, p. 45). Assim, é possível demonstrar na prática a riqueza da problemática dos “usos e apropriações”, em sua dimensão cotidiana: a quebra de totalitarismos que tentam unificar ou sobrepor um sentido único ou mesmo, em relação às TICs, da relativa quebra dos dispositivos disciplinadores que buscam o controle ou a determinação total das formas de uso. Quebra-se com a possibilidade de total controle sobre as formas de uso por parte de quem já controla a oferta os meios de produção e circulação dos produtos culturais e das TICs (LACERDA; MAZIVIERO, 2011, p. 6).

Nossa compreensão de “uso” remete ao “emprego habitual” de um tipo de discurso, artefato, técnica, dispositivo, tecnologia ou estrutura; como algo que é aplicado de acordo com o fim para o qual foi concebido. Em suma, algo que seja empregado de acordo com um conjunto de regras e de procedimentos pré-estabelecidos que ordenem o uso, requerendo certas habilidades e competências de codificação e decodificação (THOMPSON, 2001, p. 29). Em termos de Martín-Barbero (2004), habilidades e competências relacionadas a *gramáticas* de produção e reconhecimento. Por sua vez, compreendemos “apropriação”, com base em Martín-Barbero (2004, p. 186), como toda ação de negação da negação da heterogeneidade, configurada em resistências, em negociações de sentidos, em astúcias e manobras para ressignificar práticas, tecnologias, hegemonias ou estruturas dominantes monolíticas. Temos uma dialética dos *usos* e das formas de *apropriação*, entre aquilo que é da *ordem do uso* – o que é proposto, pré-determinado como finalidade para produtos midiáticos, mensagens e tecnologias de informação e comunicação – e o que é da *(des)ordem da apropriação* – formas de uso marginal, astúcias, formas desviantes, palimpsestos etc. (LACERDA; MAZIVIERO, 2011, p. 7).

3. Cidadania cultural, comunicação comunitária e contra-hegemonia

Desta forma, percebemos que os trabalhos de pesquisa que analisamos, quando associam a “apropriação” ao conceito de cidadania, o fazem na perspectiva de que o exercício da cidadania exige ação, participação e envolvimento para além da formalidade e da aparência do “uso”, do acesso. A cidadania depende da garantia de direitos civis, políticos e sociais, segundo T. H. Marshall (citado por LIMA, 2006). Acertadamente, Venício de Lima (2006) argumenta que o direito à comunicação perpassa a dimensão da cidadania civil,

política e social. À centralidade da comunicação poderíamos articular retomada do conceito de “cultura” em sua etimologia, como cultivo, labor, produção (EAGLETON, 2005). Portanto, o direito pleno de comunicar e a possibilidade de exercer a tríade de Marshall, ultrapassaria a visão de usos e apropriações reduzida à possibilidade do direito ao acesso e consumo dos bens culturais materiais e digitais. Na direção de uma cidadania cultural, compreende, principalmente, a possibilidade de condições materiais para criar, produzir, circular e dar visibilidade a uma heterogeneidade de novos bens pelos sujeitos individuais e coletivos dos diversos campos da sociedade (LACERDA, 2012).

A cidadania cultural pode ser compreendida na visão de Ecléa Bosi (1986) e Marilena Chauí (1995). Para Bosi, a cultura não é um elemento de consumo que possa ser adquirido, dentro de uma lógica limitada de “necessidade, privação ou carência cultural” (BOSI, 1986, p. 17). A cultura, portanto, não resultaria de um processo de instrução para suprir carências, mas como expressão própria das classes populares (BOSI, 1986). Assim, a cidadania cultural representaria a luta por espaços de expressão, circulação e reconhecimento, e não espaços para consumo e aquisição cultural. As políticas culturais baseadas na polarização entre “carência” e “privilégio” são vistas por Marilena Chauí (1995) como um entrave para a efetivação da lógica democrática no Brasil.

Uma carência, por definição, é sempre particular e específica, não conseguindo se generalizar num interesse nem, muito menos, se universalizar num direito. Um privilégio, por definição, não pode se generalizar num interesse comum nem se universalizar num direito, sob a pena de desfazer-se como privilégio (CHAUÍ, 1995, p. 78).

Essa polarização de carências e privilégios é um entrave para o exercício da cidadania na cultura, segundo Chauí (1995, p. 81), e pautou as formas de relação do Estado com o campo cultural em quatro modelos: o *liberal*, correspondendo a cultura ao campo privilegiado das belas-artes; o *autoritário*, sendo o estado produtor e censor da cultura; o *populista*, que mimetiza o popular pelas belas-artes e a indústria cultural; e o *neoliberal*, no qual o protagonismo cultural é da iniciativa privada e dos grupos midiáticos. Como antídoto, caberia expandir o conceito de cultura; incentivar a criação cultural dos diferentes grupos sociais; romper a polaridade cultura de elite/popular; e estender os incentivos e financiamentos, principalmente, para demais os setores da sociedade.

A cidadania cultural, segundo Chauí, é a chave para a mudança política: “a cultura foi pensada como direito dos cidadãos e a política cultural como cidadania cultural. Em outras palavras, procuramos marcar, desde o início, que a política cultural visava também a uma cultura política nova (CHAUÍ, 1995, p. 82)”. Como dimensão política, a cidadania cultural se estabelece na afirmação de direitos basilares: de acesso e fruição (direito à informação); direito à criação cultural (direito à comunicação); direito a reconhecer-se como sujeito cultural; direito a participar das decisões públicas sobre a cultura (CHAUÍ, 1995, pp. 82-83). Defender esses direitos, em oposição à falta de transparência das políticas culturais pautadas na carência e no privilégio, é o que caracteriza a cidadania cultural. Portanto, faz-se necessário desenvolver políticas culturais novas, o que representa “atuar na criação, circulação, fruição de bens simbólicos. Esta atuação implica reconhecer que esse sistema processual, que é a cultura, se organiza como um campo, o campo da cultura, que possui valores, capital e poder específicos” (BARBALHO, 2008, p. 124). Um movimento em duas frentes é necessário: a ação cultural política de coletivos sociais e a construção de políticas culturais com atuação do Estado. Desta forma, as políticas de inclusão digital deveriam ser enfrentadas como políticas culturais.

Na perspectiva de encontrar práticas de produção informativa, como dimensão da cidadania cultural, em espaços de telecentros e *lan houses* da Região Metropolitana de Natal-RN, buscamos fazer a distinção entre *informação comunitária e local* (PERUZZO, 2006). É impossível ter fronteiras totalmente demarcadas entre práticas midiáticas locais e comunitárias, da mesma forma como é problemático estabelecer fronteiras claras entre as espacialidades comunitárias, locais e regionais (PERUZZO, 2006, p. 143). Tomamos aqui duas perspectivas como ponto de partida. A primeira, em termos da compreensão do *local*, como “um espaço determinado, um lugar específico de uma região, no qual a pessoa se sente inserida e partilha sentidos. É o espaço que lhe é familiar (...) muito embora as demarcações territoriais não lhe sejam determinantes” (PERUZZO, 2006, p. 144). Já a comunidade não pode ser confundida com um território (bairro, cidade etc) ou com segmentos e agrupamentos da sociedade (MARQUES DE MELO, 2006; PERUZZO, 2006). “Ela pressupõe a existência de elos mais profundos e não meros aglomerados humanos” (PERUZZO, 2006, p. 145). Portanto, segundo Peruzzo, não bastaria falar de coisas do lugar para um meio de

comunicação ser considerado comunitário, é preciso laços fortes entre os participantes em torno de um coletivo capaz de fazer a superação das amarras do individualismo.

Nesse processo, tendo por base a práxis dos movimentos populares desde os anos 80 no Brasil, o comunitário ajuda a construir uma prática social em que se desenvolvem aptidões associativas e solidárias (vontade de juntar-se aos outros, de contribuir para superar os problemas dos segmentos sociais excluídos, de ampliar o exercício da cidadania, de fazer valer o interesse público etc.) mediante uma interação baseada na proximidade, não necessariamente só de lugar, mas de interesses e identidades (PERUZZO, 2006, p. 146).

Em suma, a perspectiva comunitária da mídia atribui papel essencial de protagonismo às pessoas da comunidade e a produção de informação não é necessariamente de responsabilidade de profissionais, mas do cidadão comum, tendo como meta o desenvolvimento comunitário como maneira de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania (PERUZZO, 2006, p. 147). Já a tendência da mídia local, segundo Peruzzo, seria de reprodução da lógica dos grandes meios de comunicação em termos de gestão e interesses, mas cujos critérios de seleção noticiosa e informativa privilegiam mais a proximidade, do que a universalidade generalista da mídia massiva. Pode corresponder a interesses políticos e econômicos de lideranças regionais e explora o local como nicho de mercado, ficando assim a perspectiva da cidadania atrelada às estratégias de interesse empresarial. Por fim, o espaço aberto ao cidadão é controlado pelos dirigentes e técnicos do meio de comunicação (PERUZZO, 2006, 149).

Há, portanto, uma tendência de a comunicação midiática local manter-se dentro da “ordem cultural dominante”, ou seja, uma relação de consonância com as estruturas hegemônicas vigentes no mundo político, social e cultural (HALL, 2003b). A ordem dominante ou hegemônica procura então manter seu sistema de valores e significados como válidos, enquanto permanece a disputa, a “luta cultural” com outras formas não-hegemônicas, cujo enfrentamento se realiza de diversas formas: “incorporação, distorção, resistência, negociação, recuperação” (HALL, 2003b, p. 259). Muitas dessas práticas são contra-hegemônicas, podendo representar forças emergentes de produção de informação. Práticas de comunicação comunitária, segundo uma lógica contra-hegemônica, seriam constituídas de uma radicalidade que se caracterizaria por “não desejar nunca o lugar do sujeito hegemônico, no fato de a contra-hegemonia se orientar por uma razão fundamental que se configure de

modo contrário e oposto à hegemonia” (PAIVA, 2008, p, 165). Portanto, haveria uma recusa total a atuar ou reproduzir a prática de comunicação dos grupos de comunicação hegemônicos, em determinadas ações de comunicação geradas por pessoas ou coletivos nos espaços dos telecentros e *lan houses*, para que sejam caracterizadas como contra-hegemônicas.

4. O processo da pesquisa de campo

Desenvolvida a dimensão teórica, nos deteremos aqui a apresentar o processo de pesquisa de campo, envolvendo aplicação de questionários a donos de *lan houses* e coordenadores de telecentros; aplicação de questionários a usuários; observação participante com registro em diário de campo e realização de entrevistas em profundidade.

Nesta primeira parte, situaremos o mapa das condições tecno-informacionais e das possibilidades de usos previstos pela oferta, com base no questionário semiaberto aplicado a gestores e empreendedores sobre as apropriações realizadas em telecentros e *lan houses*. O levantamento foi realizado de novembro a dezembro de 2011, em 19 *lan houses* da RMNatal, sendo cinco na Zona Leste (bairros Petrópolis, 1; e Cidade Alta, 2), cinco na Zona Sul (Capim Macio, 1; Lagoa Nova, 4) e nove na região de Nova Parnamirim, no município de Parnamirim-RMNatal. Em termos de configurações dos PC's, há uma defasagem tecnológica. Nenhuma das *lan houses* tem software para edição e criação de áudio, somente para reprodução, sendo a maioria Windows Media Player. Somente três *lan houses* tem editor profissional para imagens, as demais usam editores amadores (Paint e Microsoft Picture Manager). Dezoito delas tem Windows Movie Maker para edição amadora de vídeo. Dezesete delas disponibilizam fone de ouvido para o usuário; 14 oferecem webcam; 13 ofertam microfone e 18 oferecem serviço de impressão.

Quanto aos serviços oferecidos, 18 fazem impressão de boletos; sete fazem declaração do Imposto de Renda (IR); sete oferecem serviço de consulta ao Serviço de Proteção ao Crédito (SPC)/SERASA e Departamento Estadual de Trânsito. Paulatinamente o uso de *lan house* como ambiente para jogos em rede vem desaparecendo na Região Metropolitana de Natal, somente seis das *lan houses* oferecem jogos on line em rede. Quanto às políticas de uso, 16 *lan houses* proíbem o acesso a sites pornográficos; dez das *lan houses* oferecem monitor para orientar os usuários, mas não oferecem capacitação para os monitores.

Em relação aos telecentros de acesso público gratuito, a cidade de Natal-RN conta com sete telecentros, sob a responsabilidade da Secretaria Municipal do Trabalho e Assistência Social (SEMTAS)⁷ em parceria com o Governo Federal e Ministério das Comunicações. Os telecentros estão associados a outros projetos sociais do município: no Projovem do bairro de Panatis; na Clínica de Atendimento Filantrópico Integrado a Medicina - AFIM, no bairro de Mãe Luiza; no CRAS do bairro de Guarapes; na ONG Gente Feliz, em Cidade Nova; no Instituto Northeriograndense da Cidadania São Judas Tadeu, em Neópolis, no Corpo de Bombeiros do bairro Barro Vermelho; o sétimo funciona em sala anexa à Biblioteca Municipal Professor Esmeraldino Siqueira, localizada no edifício da Fundação Cultural Capitania das Artes (Funcarte). Cada telecentros possui um kit com 10 computadores, um servidor, onze estabilizadores, roteador wireless, impressora a laser, projetor multimídia. A conexão de banda larga é via Gesac, oscilando entre 1 Mbps e 512 Kbps, ou seja, abaixo do que a Organização das Nações Unidas (ONU) considera banda larga, que é acima de 2 Mbps. Os computadores são equipados com sistemas operacionais e softwares livres, como Linux, Openoffice e Firefox, com softwares para edição de vídeo. Cada telecentros tem um monitor e dinamizador local, que coordena das atividades, principalmente o curso de alfabetização digital: ABCDigital.

Os telecentros se destacam por estar, na maioria, em áreas de baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), a exemplo dos bairros de Panatis, Guarapes e Mãe Luiza, em Natal. Há monitores capacitados para dar assistência aos usuários, mas o enfoque é principalmente a ideia de “alfabetização digital”, através de cursos pré-formatados. A velocidade de envio de dados é muito baixa, quase impossibilitando iniciativas que venham a produzir material e circular pela internet. O maior uso dos telecentros é voltado para o acesso a serviços públicos, acesso à informação generalista na internet e para conversação nas redes sociais digitais. Assim, a lógica da cultura ainda é focada no acesso à informação e no entretenimento/lazer.

Durante a observação presencial, foram aplicados 154 questionários, atendendo a metodologia quantitativo-qualitativa da pesquisa. Deste total, 82 referem-se as *lan houses* selecionadas na RM de Natal, e 72 aos telecentros no mesmo espaço geográfico. Destes 72

⁷ Sobre os telecentros de Natal e a Secretaria Municipal de Trabalho e Assistência Social, acessar o site: <http://www.natal.rn.gov.br/semtas/> Acesso em 01/03/2012.

questionários realizados nos telecentros RMNatal, 17 referir-se aos dados do Telecentro Projovem de Santa Catarina/Zona Norte; 51 ao Telecentro OSCIP AFIM/ Mãe Luíza; e 4 ao Telecentro FUNCART/ Ribeira. Já dos 82 questionários executados nas *Lan houses*, 37 correspondem à Mega Internet; 11 à Universinet; 7 à Login; e 27 à Virtual Space – todos localizados no bairro Nova Parnamirim, no município de Parnamirim-RMNatal. Confira a distribuição por gênero (TAB. 1) e por faixa etária (TAB. 2).

TABELA 1

Questionários aplicados por gênero

Telecentro	M	F	Lan House	M	F
Projovem Santa Catarina	14	3	Mega Internet	21	15
Oscip AFIM (Mãe Luíza)	30	18	Universinet	6	5
FUNCART	3	1	Login	5	2
			Virtual Space	18	8

FONTE: LACERDA, 2013.

TABELA 2

Questionários por faixa etária

Telecentro	10-15	15-20	20-25	25-30	30-40
Santa Catarina	5	6	1	1	2
AFIM (Mãe Luíza)	35	8	1	1	-
FUNCART	2	-	-	-	2
Lan House	10-15	15-20	20-25	25-30	30-40
Mega Internet	5	6	5	8	7
Universinet	-	1	3	-	2
Login	-	-	4	3	-
Virtual Space	1	5	14	3	3

FONTE: LACERDA, 2013.

As entrevistas em profundidade foram realizadas com 9 entrevistados, 5 com usuários de telecentros e 4 com usuários de *lan houses*. Todos foram selecionados a partir dos dados que responderam na fase de aplicação dos questionários, principalmente em relação à frequência com acessavam a rede nesses espaços públicos gratuitos ou de acesso pago.

5. Principais resultados

Em relação ao mapeamento das condições tecnológicas em multimídia de telecentros e *lan houses* investigados, as *lan houses* ofertavam qualidade tecnológica superior aos telecentros de acesso público gratuito, em termos de hardware/software e de desempenho de conexão à internet. É preciso destacar, no entanto, que apenas metade das *lan houses* investigadas ofertam ao usuário velocidade acima de 5 Megabytes. E os computadores não possuem programas de edição/tratamento de vídeos e imagens. Os equipamentos são característicos para conversações e interações pessoais via internet, para jogos on line e para realização de serviços em rede. Os telecentros passam pelo mesmo problema identificado em investigação anterior (LACERDA, 2008): baixa velocidade de conexão e problemas de manutenção e renovação dos equipamentos e falta de equipamentos periféricos. Da parte dos usuários, os navegadores de internet e jogos on line são os programas mais usados em telecentros e *lan houses*, seguidos dos editores de texto e imagem (TAB. 3). O que mais os usuários costuma fazer é acessar o Facebook, seguido do e-mail (em *lan houses*) e de vídeos (telecentros), sendo que nos telecentros aparece a atividade de trabalhos escolares (TAB. 4). Em telecentros e *lan houses* os usuários são unânimes que as máquinas são boas para navegar na rede, não para publicar (TAB. 5). Nos telecentros, a qualidade da internet fica dividida entre ótimo e bom, enquanto que nas *lan houses* prevalece o bom e o razoável (TAB. 6).

TABELA 3
Programas que mais usa

	Telecentros (72) ⁸	Lan houses (82) ⁹
Navegador internet	52	71
Jogos on line	26	18
Editor de texto	18	15
Editor de imagens	10	10
Outros	9	20

FONTE: LACERDA, 2013.

⁸ Nos telecentros foram 72 questionários respondidos.

⁹ Nas *lan houses* foram respondidos 82 questionários.

TABELA 4
O que mais costuma fazer

	Telecentros (72)	Lan houses (82)
Facebook	57	58
Ver vídeos	40	34
Jogar on line	38	19
Ver e enviar email	37	50
Orkut	37	21
Sites de busca	11	22
Fazer/digitar trabalhos de aula	25	18

FONTE: LACERDA, 2013.

TABELA 5
Os computadores são bons para:

	Telecentros (72)	Lan houses (82)
Navegar na internet	49	62
Publicar textos, vídeos, fotos etc na Internet	18	15

FONTE: LACERDA, 2013.

TABELA 6
O uso da internet atende suas expectativas:

	Telecentros (72)	Lan houses (82)
100% Ótimo	26	15
70% Bom	24	36
50% Razoável	10	17

FONTE: LACERDA, 2013.

As condições tecnológicas dos telecentros e *lan houses* não impedem totalmente a criação de uma ambiência possível para o agenciamento cidadão e a produção local de informação sobre as comunidades em que estão inseridos os equipamentos. Só que essa característica é ainda uma exceção, não regra nos espaços investigados. Tal condição é possível mais pela criatividade e vontade de determinados usuários, num contexto específico em que outras ações e equipamento sociais e culturais voltados para adolescentes e jovens estão instalados na comunidade. Enquanto que o telecentro está centrado no formalismo dos cursos de capacitação, outras ações culturais e sociais realizadas no bairro provocam

adolescentes e jovens a uma produção informativa textual e audiovisual, voltada para temas públicos ou da comunidade local, principalmente no *Youtube*, em blogs e no *Facebook*. Mas, tudo ainda pouco significativo. E mesmo os telecentros estando instalados em áreas estratégicas de baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), não há uma política de ações, intercâmbios, parcerias, trocas de informação on line entre essas diferentes localidades com problemas comuns entre si.

Nosso segundo eixo de investigação buscou problematizar os modos como essa produção informativa/expressiva poderia ser caracterizada como um tipo de agência cidadã ou contra-hegemônica, num e noutro tipo de ponto de inclusão digital. É possível dizer que as *lan houses* investigadas na Região Metropolitana de Natal não se caracterizaram como espaços de efervescência de uma produção informativa local voltada para a cidadania. Não há um planejamento pelos empresários e funcionários de *lan houses*, no sentido de compreender os propósitos da cidadania para além do consumo de informações de maneira rápida e eficiente e execução de serviços. Já os telecentros, por terem a figura da pessoa que coordena e dinamiza o espaço, serem gratuitos e focados no uso social das TICs, podem ser um espaço propício à produção de informações sobre os interesses e problemas do bairro, numa perspectiva de desenho de uma cidadania cultural (BOSI, 1986; CHAÚÍ, 1995; BARBALHO, 2008), principalmente se as ações de inclusão são articuladas com outras ações sociais e culturais no bairro. Quanto aos telecentros, percebemos que os espaços que mais propiciam às pessoas a possibilidade de desenvolver suas aptidões e, ao mesmo tempo, fortalecer as práticas socioculturais locais (música, dança, teatro, cinema, artes plásticas, organização comunitária, realização de projetos culturais etc) dependem, com afirmamos acima, de outras ações desenvolvidas simultaneamente na comunidade, focadas na saúde, no esporte e na produção de ações culturais. Os dados empíricos apontam para um maior número de pessoas com páginas próprias nos telecentros do que nas *lan houses*, principalmente páginas pessoais no Facebook (TAB. 7). Contudo, um maior número de usuários de *lan houses* afirmou participar de coletivos que divulgam suas ações na rede (TAB. 8). Embora, quando publicam na rede, usuários de telecentros e *lan houses* focam mais os amigos, grupos em que estão incluídos e familiares. A incidência de informações de interesse para o bairro ou município é bem menor, sendo mais significativa para os usuários de telecentros (TAB. 9). Contudo, usuários de telecentros acreditam que o que publicam tem interesse para a

cidadania, para a liberdade de expressão e para a solidariedade. Nas *lan houses*, o sentido de liberdade de expressão e realização pessoal prevalecem (TAB. 10). Em termos de publicar na internet, há uma incidência maior de imagens e textos de maneira genérica. Os temas focados na sociedade ficam em terceiro lugar tanto entre usuários de telecentros como de *lan houses* (TAB. 11). Contudo, ainda é assistemática a produção de conteúdos voltados para a cidadania ou para a tematização de assuntos fora da ordem do dia dos meios de comunicação hegemônicos (HALL, 2003B; PAIVA, 2008). Há ativismo digital significativo na Região Metropolitana de Natal (MORAIS & LACERDA, 2010; DANTAS & LACERDA, 2012), mas necessariamente não ocorre de maneira sistemática pela ambiência das *lan houses* e telecentros, que possa se caracterizar, de imediato, como uma prática regular de cidadania cultural.

TABELA 7
Você tem sua própria página na internet:

	Telecentros (72)	Lan houses (82)
Sim	47	30
Não	19	46

FONTE: LACERDA, 2013.

TABELA 8
Participa de grupo ou coletivo que divulga ações na internet:

	Telecentros (72)	Lan houses (82)
Sim	19	32
Não	42	36

FONTE: LACERDA, 2013.

TABELA 9
O que você publica na internet é importante para:

	Telecentros (72)	Lan houses (82)
Amigos	56	55
Grupo que participa	26	26
Família	35	36
Bairro	26	4
Cidade	20	10
País	16	9

FONTE: LACERDA, 2013.

TABELA 10
O que você publica na internet é importante para:

	Telecentros (72)	Lan houses (82)
Cidadania	40	22
Participação Política	17	15
Consciência social	31	27
Liberdade de expressão	40	32
Realização pessoal	28	28
Melhorar vida dos outros	37	11

FONTE: LACERDA, 2013.

TABELA 11
Sobre que assuntos você mais gosta de publicar na internet:

	Telecentros (72)	Lan houses (82)
Fotos	17	10
Textos	09	7
Temas sociais (educação, cultura, violência, participação cidadã, política)	6	7
Vídeos	4	4
TV do Bem*	2	-
Música	-	4

FONTE: LACERDA, 2013.

Por fim, buscamos identificar se haveria diferenças significativas em termos de ambiências e de práticas entre os centros gratuitos e pagos de Natal, cidade de referência da região, em comparação com as demais localidades da microrregião. Podemos dizer que não houve diferenças significativas entre usos realizados na cidade de Natal e em localidades da Região Metropolitana em relação às *lan houses*. Já em relação aos telecentros, quando mais distantes do eixo central, mas difícil é o processo de manutenção/reparo dos equipamentos. Mas é possível refletir, em relação ao modo como diferenças e semelhanças operam significativamente sobre os modos de uso e apropriação das pessoas que usufruem dos serviços de telecentros e *lan houses*, que as condições da oferta e o contexto local são importantes na construção das regras de uso. O tempo de uso, o custo financeiro de acesso, as condições tecnológicas dos equipamentos, o propósito a que se determina o telecentro ou a *lan house* estabelecem uma relação com os usuários como *gramáticas de oferta* e *gramáticas de uso e reconhecimento* (MARTÍN-BARBERO, 1995; 2004), em que há margens para usos desviantes e apropriações (CERTEAU, 2000; THOMPSON, 2001), a depender, acima de tudo, do contexto e do momento em que se dá esse acesso à internet. Portanto, não é possível pensar em determinismo tecnológico no processo de inclusão digital, seja em ambientes de uso público gratuito ou de acesso pago.

6. Considerações finais

Em termos de contribuições do projeto para o estado da arte na área do conhecimento, a pesquisa contribuiu para a compreensão dos usos e apropriações das TICs em espaços públicos, tanto de acesso público pago (*lan houses*) como gratuito (telecentros), aprofundando teoricamente os conceitos de uso e apropriação (MARTÍN-BARBERO, 1995; MATTELART & MATTELART, 1999; HALL, 2003; CERTEAU, 2000; THOMPSON, 2001) e problematizando a inclusão digital na perspectiva da cidadania cultural (BOSI, 1986; CHAUI, 1995; LIMA, 2006; BARBALHO, 2008). Há uma contribuição importante na demonstração do equívoco que representa pensar a inclusão digital numa perspectiva condutista e funcionalista em que a simples presença e o acesso às tecnologias da informação e da comunicação garantem, por si, o desenvolvimento social, econômico e cultural de uma localidade. Ao mesmo tempo, políticas de inclusão digital que visam ultrapassar a barreira do consumo de informações e de dados (GARCÍA-CANCLINI, 2001; SILVERSTONE, 2002)

numa perspectiva de produção de informação local, não são lineares, variando muito no contexto do uso pago e do acesso gratuito. Ou seja, os discursos generalistas que pregam que todos podem ser consumidores e produtores, receptores e emissores (LEMOS, 2003; SILVEIRA & CASSINO, 2003; CASTELLS, 2004), parecem esconder que esse potencial tem poucas chances de se tornar ato, prática concreta e cotidiana para a grande maioria da população. Contudo, não é possível ser totalmente pessimista, pois o sentido e o êxito de práticas comunicativas variam segundo o contexto ou as condições socioculturais em que são realizadas.

Assim, tanto os discursos otimistas quanto os negativistas são problemáticos, pois não conseguem perceber as lógicas dessas vivências dos usos das mídias digitais, que são conscientes e articuladas a diferentes visões sobre o direito ao acesso, à produção e circulação da informação e das formas simbólicas. Contudo, nesse âmbito da comunicação cotidiana nos telecentros e *lan houses* investigados na Região Metropolitana de Natal, identificamos formas de apropriação que acenam, mas não se caracterizam por um perfil contra-hegemônico, pois ainda carecem de uma postura política capaz de articular plenamente das demandas locais.

A pesquisa, em nossa avaliação, tem contribuições significativas para a inovação de processos e políticas públicas de inclusão digital, tanto no setor privado das *lan houses* como nas ações do setor governamental referente aos telecentros. Em relação às *lan houses*, no Rio Grande do Norte houve uma tentativa de projeto de lei para torná-las de interesse público, como pontos de inclusão digital, que foi vetada pelo Governo do Estado, por entender que prevalecia ainda o caráter de ambiente para jogos on line. De fato, identificamos um despreparo dos responsáveis pelas *lan houses* em lidar com o usuário para além da lógica de consumidor, mas de cidadão que busca mais do que o acesso, mas vínculos, afetos, processos de sociabilidade e espaço para manifestar suas ideias. Nesse caso, ainda é preciso um planejamento voltado para os empresários e funcionários, no sentido de compreenderem os propósitos da cidadania que não se limitam ao poder consumir informações de maneira rápida e eficiente, mas a desenvolver capacidades técnicas para um processo de produção de informações e de novos conhecimentos. Quanto aos telecentros, percebemos que os espaços que mais propiciam às pessoas a possibilidade de desenvolver suas aptidões e, ao mesmo tempo, fortalecer as práticas socioculturais locais, dependem de outras ações desenvolvidas simultaneamente na comunidade, focadas na saúde, no esporte, na produção de ações

culturais. Portanto, é urgente a retomada de projetos semelhantes aos pontos de cultura, mas de forma descentralizada em sua gestão e acesso aos fundos públicos de financiamento. Uma articulação entre ações federais, estaduais e municipais, envolvendo escolas, unidades básicas de saúde, organizações não-governamentais, associações de bairro e de moradores, centros poliesportivos etc teriam num telecentro um catalizador e dinamizador dessas práticas, buscando, principalmente, o protagonismo juvenil. Em bairros em que esses equipamentos sociais funcionam bem e estão articulados, o espaço do telecentro pode ser tornar uma ambiência de produção de informações em diversos formatos e gêneros.

Referências

- BARBALHO, Alexandre. **Textos nômades**: política, cultura e mídia. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2008.
- BONIN, Jiani. Nos bastidores da pesquisa. In: Maldonado, A. E. et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 21-40.
- BOSI, Ecléa. Sobre a cultura das classes populares. In: _____. **Cultura de massa e cultura popular**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1986, p. 13-23.
- CASTELLS, Manuel. A Internet e a sociedade em rede. In: OLIVEIRA, José Paquete. de; CARDOSO, Gustavo L.; BARREIROS, José Jorge. **Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação**. Lisboa: Quimera, 2004, p. 221-244.
- CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. 5.ed. , Petrópolis: Vozes, 2000.
- CHAUÍ, M. Cultura política e política cultural. **Estud. av.** [online]. Vol.9, n.23, 1995, pp. 71-84. ISSN 0103-4014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40141995000100006>.
- DANTAS, Juliana B. A. ; LACERDA, Juciano de Sousa. (2012). Ativismo digital: Ações potiguares de comunicação comunitária e alternativa. 2012. (Apresentação de Trabalho/Seminário). **I Encontro Nacional sobre o Direito à Comunicação**, Recife-PE: Unicap/ Centro de Cultura Luiz Freire.
- EAGLETON, T. Versões de cultura. In: _____. **A ideia de cultura**. São Paulo: Unesp, 2005, p. 9-50.
- García-Canclini, Néstor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.
- HALL, Stuart. Codificação/decodificação. IN: _____. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003, p. 387-404.
- HALL, Stuart. Notas sobre a desconstrução do popular. IN: _____. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003b, p. 247-264.
- LACERDA, Juciano de S. **Ambiências comunicacionais e vivências midiáticas digitais**. Tese de Doutorado. PPG em Ciências da Comunicação, São Leopoldo: UNISINOS, 2008, 291 p.

LACERDA, Juciano de S.; MAZIVIERO, Helena V. Pesquisa da Pesquisa Sobre Usos e Apropriações das TICs: um balanço aquém das expectativas. In: **Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2011. v. 1. p. 1-15.

LACERDA, Juciano. S. Apontamentos sobre usos e apropriações em telecentros e lan houses comunitários: perspectivas de uma possível cidadania cultural. In: **XI Congresso de ALAIC**. Montevideo: Udelar/Alaic, 2012. v. 1. p. 1-14.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 11-23.

LIMA, V. A. Comunicação, poder e cidadania. **Revista Rastros**, Ano VII, Nº 7, Outubro, 2006, p. 8-16.

MALDONADO, A. Efendy. Práxis teórico/metodológica na pesquisa em comunicação: fundamentos, trilhas e saberes. In: MALDONADO, A. E et al. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação: Olhares, Trilhas e Processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006, p.271-294.

MARQUES DE MELO, José. Jornalismo comunitário: o fortalecimento da cidadania. IN: _____. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Paulus, 2006, p. 125-144.

MARTÍN-BARBERO, J América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, M. W. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 39-68.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicación: campo académico y proyecto intelectual. IN: _____. **Oficio de cartógrafo**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2004, p. 209-224.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

MAZIVIERO, Helena V. ; LACERDA, Juciano de Sousa. A Pesquisa da Pesquisa Sobre Usos e Apropriações das TICs: Perspectivas Iniciais. In: **Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. São Paulo: Intercom, 2011. v. 1. p. 1-15.

MORAIS, Polliana E. A. ; LACERDA, Juciano de Sousa. As redes sociais e sua apropriação para comunicação local e alternativa no RN. In: **XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste Intercom Nordeste 2010**. São Paulo: Intercom, 2010. v. 1. p. 1-15.

PAIVA, Raquel. Contra-mídia-hegemônica. IN: COUTINHO, E. G. (org.) **Comunicação e contra-hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008, p. 163-174.

PERUZZO, Cícilia M.K. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2006**. São Paulo: Intercom, 2006, p. 141-162.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; CASSINO, João (orgs.). **Software livre e inclusão digital**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

THOMPSON, John. B. Comunicação e contexto social. In: THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. 3ª ed., Petrópolis-RJ: Vozes, 2001, p.19-46.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.