

**O perfil cognitivo dos internautas:
um estudo dos frequentadores de *lan houses* nas cidades de
João Pessoa e Conde na Paraíba¹**

Ana Paula OLIVEIRA²
Flávio Júnior Freitas FERREIRA³
José Wellington do NASCIMENTO FILHO⁴
Geovanna Adya Cordeiro DANTAS⁵
Luana Ellen de Sales INOCENCIO⁶
Paula Camilla Albino FELIPE⁷

Resumo

O presente trabalho pretende analisar dois vértices da questão da inclusão digital, primeiro a questão do ampliação do acesso através das *lan houses* e, depois a questão do usos que os indivíduos fazem da Internet através destes espaços. Assim, considerando as *lan's* como a principal alternativa de acesso à Internet de uma grande parcela de jovens das classes C e D, nosso trabalho tem por objetivo traçar o perfil do público frequentador de *lan house* nas cidades de João Pessoa e Conde no estado da Paraíba. A pesquisa quantitativa foi utilizada para visualizar que grande parte dos usuários das *lan houses* podem ser caracterizados como leigos (SANTAELLA, 2004), fazendo um uso corriqueiro das ferramentas da web, através de *sites* como *Orkut* e *MSN Messenger*, e não percebendo a potencialidade destas para o trabalho, o estudo e outras áreas fundamentais da vida social.

Palavras-chave: Perfil cognitivo. Inclusão digital. *Lan house*.

Introdução

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Educação, Processos de Aprendizagem e Cognição”, do IV Simpósio Nacional da ABCiber. Este trabalho foi produzido sob a orientação dos professores Ana Flávia de Luna Camboim, Cândida Nobre e José Maria Mendes, coordenadores do Publiciber.

² Graduanda em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, 4º semestre, do Instituto de Educação Superior da Paraíba – IESP e membro do grupo de discussão sobre Publicidade e Cibercultura (Publiciber). aninha_paulinha_03@hotmail.com.

³ Graduando em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, 8º semestre, do IESP e membro do grupo de discussão Publiciber. flavinhofreitas@hotmail.com.

⁴ Graduando em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, 4º semestre, do IESP e membro do grupo de discussão Publiciber. wellingtonfilho7@gmail.com.

⁵ Graduanda em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, 5º semestre, do IESP e membro do grupo de discussão Publiciber. Graduada em Ciências Econômicas na UFPB. geoadya@gmail.com

⁶ Graduanda em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, 5º semestre, do IESP e membro do grupo de discussão Publiciber. Graduada em Sistemas para Internet, do IFPB. luanahinocencio@hotmail.com

⁷ Graduanda em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, 4º semestre, do IESP e membro do grupo de discussão Publiciber. paulacamilla.felipe@gmail.com.

O acesso às ferramentas de comunicação, incluídas no que muitos autores chamam de ciberespaço, antes uma preocupação político-social que urgia políticas públicas nesse sentido, hoje é tida menos como preocupação e mais como uma necessidade corriqueira de milhares de pessoas pelo país. Essa necessidade, não mais se coloca como preocupação porque o acesso a essas ferramentas tem sido facilitado pela penetração das chamadas *lan houses* em milhares de cidades pelo país. Se por um lado as classes com melhores condições financeiras já encontram tal facilidade em casa, nas classes menos favorecidas é nas *lan houses* que seus membros encontram abertura a esse novo ambiente comunicacional.

Mesmo não vivendo um momento de universalização do acesso, como em países já desenvolvidos, o Brasil cada vez mais precisa deslocar seu foco de atenção menos no acesso e mais na qualidade dos usos que este acesso proporciona. Nosso trabalho permite, portanto, analisar este processo tanto do ponto de vista do acesso, proporcionado pelas *lan houses*, quanto do ponto de vista dos usos que os indivíduos fazem na Internet através de tais espaços. Nosso objetivo geral é, pois: analisar o perfil cognitivo dos internautas que frequentam *lan houses* nas cidades de João Pessoa e Conde na Paraíba e como eles têm se inserido nos processos comunicacionais do ciberespaço; o qual será desenvolvido a partir dos seguintes objetivos específicos: discutir se as *lan houses* são ambientes que possibilitam a inclusão digital; identificar o perfil cognitivo dos internautas que frequentam *lan houses* a partir dos estilos de navegação propostos por Santaella (2004) e apresentar os resultados parciais da pesquisa aplicada nas *lan houses* nas cidades de João Pessoa e Conde na Paraíba.

Ambiente de descoberta do ciberespaço

As *lan houses* podem ser consideradas como o primeiro espaço “real” de contato de milhares de pessoas a um espaço “virtual”. Para Lévy (1999, p. 47), virtual seria “toda entidade desterritorializada, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados”. Estas milhares de pessoas, portanto, não mais estão limitadas a um tempo e espaço específicos em suas relações com o outro e com as informações do mundo. Mesmo não estando presas materialmente, as práticas realizadas neste espaço são manifestações concretas, reais, como o autor citado chega a frisar. O virtual também nos oferece a realidade atualizada em cada ponto de contato entre nós dentro da rede. Podemos considerar então que o virtual é real, existindo mesmo não estando presente.

Então, como pontos de propagação virtual da informação, as *lan houses* vêm contribuindo significativamente para o acesso de muitos ao ciberespaço e, em consequência, para a universalização da cibercultura. Atribuindo uma definição concreta a ambos os termos, cibercultura e ciberespaço, Lévy (1999, p. 17) explica:

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.

Na construção do termo “cibercultura”, percebe-se a junção de uma técnica e suas práticas. Para alguns, esta não seria uma opção razoável, já que embute um modelo de sociedade totalmente dependente da técnica. Para Wolton (2003), não devemos reduzir a comunicação a um acontecimento técnico. Infelizmente, para o autor, é esta a realidade de grande parte dos estudos de comunicação: suplantar a dimensão humana e social em virtude da dimensão técnica. “A comunicação está reduzida às técnicas, e as técnicas tornam-se o sentido, a ponto de se chamar a sociedade do futuro de “sociedade de informação ou de comunicação” (WOLTON, 2003, p. 32). Para o autor citado anteriormente o mais importante não seria a performance da técnica, mas modelo cultural que elas projetam, sem necessariamente determinar.

Podemos, portanto, ter inúmeras visões sobre o tema, que podem vir acompanhadas de pensamentos otimistas ou pessimistas, a respeito do papel que essas novas ferramentas de comunicação vêm exercendo na sociedade.

Considerado por muitos e por si próprio como um otimista, Lévy (1999) é realista ao afirmar que a Internet não acabará com os muitos problemas sociais e culturais do planeta, por que ela apenas condiciona as mudanças, não as determina. Porém, há dois importantes fatos que o levam ao otimismo. O primeiro deles diz respeito ao crescimento deste ciberespaço, que para o autor resulta da necessidade dos jovens ávidos em experimentar novas e diferentes formas de comunicação. É importante ressaltar que estes jovens não aceitam mais apenas o modelo das mídias tradicionais e o que elas nos propõem e, por isso, buscam nesses novos meios inovação e interatividade.

O segundo fato resultaria das oportunidades e potencialidades que esse novo espaço de comunicação nos proporciona, tanto nos campos econômico e político, como cultural e humano, cabendo a nós saber explorar de forma correta tais instrumentos. Daí, a questão sobre a forma de acesso das pessoas ao ciberespaço ser fundamental aos nossos tempos.

Quem faz parte da cibercultura? Reflexões sobre inclusão digital

A existência de um espaço materializado a partir de uma rede de inteligência coletiva (LEMOS *apud* LEMOS, 2001) favorece o multiculturalismo, a disseminação e, acima de tudo, a democratização da informação. Esta rede é constituída por uma inteligência distribuída em toda parte e coordenada em tempo real, objetivando o reconhecimento e enriquecimento mútuo dos indivíduos (LÉVY, 1998).

A rede de idéias e de saberes que sustentam esse ambiente, o ciberespaço, sugere uma malha de competências individuais interligadas por um mesmo propósito que correspondem a partes de um todo. Sendo assim, intrínseca ao ciberespaço, a cibercultura caracteriza um novo pensamento social fundamentado na transposição do conhecer individual.

O ciberespaço propõe uma forma de comunicação pluralizada e dinâmica que concede aos seus participantes a oportunidade de: construir seu próprio saber podendo ser mutuamente emissor e receptor de informação, interagir com pessoas do outro lado do mundo ultrapassando as barreiras espaço-tempo, efetivar transações financeiras, comprar e vender mercadorias, entre tantas outras possibilidades, tudo através de suportes tecnológicos e aparatos técnicos viabilizados pelo processo de digitalização.

No entanto, a ascensão da era da informação e todo o avanço das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) não são sinônimos absolutos de coletividade e democratização, tendo em vista os inúmeros obstáculos que se opõem a uma total inclusão digital da sociedade.

Em entrevista a revista Isto é (2009), o Presidente da ABCiber - Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura - Eugênio Trivinho diz que para estar inserido de forma plena nesse mundo digital o indivíduo precisa ser dromoapto, ou seja, acompanhar a velocidade imposta pela era da informação. Esta aptidão subentende conhecimentos específicos e pode ser traduzida da seguinte forma:

(...) uma prática interativa, própria de um comportamento de contiguidade de acesso, de fluência e de rapidez. São conhecimentos pragmáticos para usar o hardware, o software e a rede, necessários para operar os dispositivos da era da velocidade. (TRIVINHO, 2009)

O autor menciona ainda cinco senhas infotécnicas necessárias para a existência do indivíduo na era da cibercultura: o computador, o protocolo de acesso, uma prática de continuidade, o conhecimento conforme a exigência da época e a capacidade econômica e cognitiva de acompanhar as reciclagens estruturais dessas senhas. Ou seja, de acompanhar o constante processo de inovação das tecnologias, promovido pelas indústrias, que deixam obsoletos tanto os suportes existentes no mercado quanto o conhecimento de seus usuários, os quais têm que aprender a utilizar as novas ferramentas disponibilizadas. Tal afirmação revela diversos pontos de estrangulamento na concretização do processo de inclusão digital da sociedade.

A priori, a aquisição e manutenção das ferramentas de acesso, o treinamento e a prática de continuidade e a capacidade econômica e cognitiva de acompanhar as reciclagens vêm atreladas à necessidade de uma suposta e anterior inclusão social. Uma sociedade onde as senhas e o acompanhamento das reciclagens fossem um capital social pertencente a todos.

Apesar da tese da impossibilidade de inclusão digital sem inclusão social, existem constantes tentativas realizadas pelos agentes econômicos, políticos e sociais de viabilizar meios que objetivam inserir o cidadão, democratizando seu acesso às TIC, de forma a permitir a inserção de todos no ciberespaço.

Lan houses: meio de inclusão digital?

É fato que boa parte dos encontros sociais e conversas atualmente também se utilizam da Internet para sua concretização. Nesse contexto, para os usuários da rede que não possuem acesso à Internet, em seus domicílios ou ambientes de trabalho, as *lan houses* apresentam-se como um meio de acesso alternativo.

Em entrevista ao portal Planeta Inteligente, Sílvia Meira (2009) apresenta a exclusão digital como “a causa direta da segregação informacional e conseqüente limitação de acesso a oportunidades de desenvolvimento pessoal e comunitário”. Ele lembra que este problema não é tratado, porque não faz parte das preocupações mais imediatas da sociedade. O autor

ressalta que não há um método ou uma política exata para expandir o acesso à informação digital para todas as camadas sociais, e explica ainda:

Acho que temos que instrumentar e empoderar as comunidades para que um processo de evolução natural, incentivado, ocorra dentro do contexto, demandas e velocidade possíveis em cada lugar. Não acredito em grandes programas federais monolíticos que (...) resolvem problemas muito complexos (MEIRA, 2009).

Otimista em relação à inclusão digital no Brasil, ele reforça que todos os indivíduos precisam de Internet e, mesmo para os que nunca a tenham usado, há uma “percepção universal de Internet similar à que se tem de conhecimento hoje: quem não tem sabe que, se tivesse, estaria vivendo melhor e, ainda mais, criando possibilidades de viver cada vez melhor no futuro” (MEIRA, 2009).

Silveira (2007) afirma que as *lan houses* podem colaborar para o processo de digitalização da sociedade, mas não são a solução para a inclusão digital entre a população de baixa renda, pois o caráter comercial das *lan houses* seria a principal limitação para que esta participe de forma efetiva deste processo. Ainda segundo o autor, nas áreas de predominância das camadas D e E, a população vive uma situação de pobreza e miséria extrema, que não pode pagar para ter acesso à rede.

Ele acredita que as *lan houses* devem ser incentivadas pelo governo, por serem empreendimentos que podem gerar empregos. No entanto, a capacitação do usuário em relação a essas ferramentas disponíveis na rede não acontece apenas por estar numa *lan*.

Nesse contexto, localiza-se a necessidade do emprego de programas de inclusão digital que sejam gratuitos, como os Telecentros, que são espaços comunitários com computadores conectados à Internet banda larga e acesso gratuito para a população local. Além disto, os Telecentros também oferecem oficinas e cursos de informática básica.

Há também críticos que acreditam na inclusão digital gerada apenas pelo poder público, defendendo que a comunicação e acesso à informação digital é um direito que não pode ser definido pela disponibilidade ou não de recursos. Gonçalves (2007) explica a razão de ver apenas os telecentros como única opção e, para isto, diferencia estes espaços das *lan houses*.

São espaços conceitualmente diferentes quanto aos seus objetivos e práticas. Muito menos é possível afirmar, como recentemente o fizeram, que “são as *lan houses* que estão, de fato, fazendo a inclusão digital neste país”. Pode-se afirmar que esses espaços estão oferecendo acesso ao computador e a

Internet para uma parcela da população, mas com um viés muito restrito diante das possibilidades da tecnologia e com uma limitação também de público, nesse caso chamado de “consumidor”. Não há nenhuma perspectiva crítica, libertadora ou transformadora no interior de uma *lan house*.

A realidade apresenta-se, no entanto, um pouco diferente do que propõe o autor: apesar de um maior investimento por parte do governo nos últimos anos nos telecentros e das ações restritivas que foram feitas às *lan houses*, estas continuam apresentando-se como a principal alternativa para a população de baixa renda acessar a Internet. Ronaldo Lemos (2007), em palestra para o Fórum Internacional da Mídia Livre, destaca o que ele denomina de “globalização da informalidade”. O pesquisador demonstra como o *YouTube* ou o *Napster*, por exemplo, podem ser considerados instrumentos nos quais a informalidade é visível, contudo ao olhar para tais ferramentas, o primeiro elemento que se enxerga é a inovação.

Concluindo o seu raciocínio, Lemos (2007) defende ainda que a forma mais eficiente dos computadores chegarem às periferias ainda tem sido as *lan houses* – espaços geralmente carregados de informalidade, mas que trazem um nível de identificação com a periferia que permite, muitas vezes com que os indivíduos optem por ela em detrimento ao telecentro. O autor faz questão de ressaltar que não se trata de uma oposição entre *lan house* e telecentro, apenas explica, por meio de números de pesquisa, que há uma presença muito maior na primeira⁸. Consequentemente, o principal meio de inclusão digital para as camadas de baixa renda sociedade ainda são as *lan houses*.

O fato é que, independente de qual forma de acesso seja utilizada para se fazer presente na rede, há, neste espaço, o desenvolvimento de novas formas cognitivas de sociabilidade, interação e cooperação, podendo afetar diversos setores da vida social do usuário. Sendo de essencial importância para desenvolvimento do próprio indivíduo, que, nessa interação e conseqüente integração com o meio, contribui para o processo de estabelecimento de inteligências coletivas.

Nesse contexto, Silveira (2005, p.18) afirma que

a exclusão digital impede que se reduza a exclusão social, uma vez que as principais atividades econômicas, governamentais e boa parte da produção cultural da sociedade vão migrando para a rede, sendo praticadas e divulgadas por meio da comunicação informacional. Estar fora da rede é

⁸ Ronaldo Lemos traz dados do Ibope NetRatings em que, dos 6,6 milhões de brasileiros que acessam à Internet em lugares públicos, 4,4 milhões o fazem por meio das *lan houses*.

ficar fora dos principais fluxos de informação. Desconhecer seus procedimentos básicos é amargar a nova ignorância.

Quanto maior o número de indivíduos que estejam inseridos dentro do universo de NTIC, maiores serão as chances de contribuírem com a multiplicação do acesso à rede, sendo capazes de participar, inclusive, de futuras políticas efetivas de inclusão digital, gerando também a inclusão sociocultural e educacional, que vai deixando de ser um elemento exclusivo da parcela mais elitizada da sociedade civil.

A comunicação, nesta perspectiva, se apresenta como um direito e, por isso, sua disseminação deve ser conduzida a partir de parcerias entre os setores econômico e político. Necessita-se, tanto quanto possível, de incentivos do poder público, como barateamento de computadores, disseminação da banda larga gratuita ou mais barata, e de melhor qualidade, incentivo à legalização de *lan houses*, bem como financiar e incentivar a produção e o uso de tecnologia nacional e do *software livre*.

Formas de inserção no ciberespaço

Não existem apenas os extremos inclusão e exclusão digital como formas de inserção no ciberespaço. Os indivíduos que estão conectados, segundo Santaella (2004), também se diferenciam pelos níveis de imersão, habilidade cognitiva, uso e acesso à rede. Assim podem ser divididos em três grupos: os novatos, leigos e expertos. A autora explica que:

(...) o usuário novato é aquele que não tem nenhuma intimidade com a rede, para a qual tudo é novidade. O leigo é aquele que já sabe entrar na rede, já memorizou algumas rotas específicas, mas não adquiriu ainda a familiaridade e competência de um experto, que conhece os segredos de cada mínimo sinal que aparece na tela (SANTAELLA, 2004, p. 58).

O usuário novato está em uma linha tênue entre a inclusão e a exclusão digital. Geralmente trata-se de alguém que tinha uma forte resistência à máquina ou é um imigrante digital. Suas características se revelam, por exemplo, pela necessidade de precisar imprimir o *e-mail* para ler, ligar perguntando se o remetente recebeu a mensagem, ao escrever um texto começa primeiro no lápis e papel, prefere livros impressos aos digitais, entre outros desafios que o ciberespaço apresenta. Mas essas dificuldades são superadas pelo estilo de navegação que é predominante a esse usuário, o estilo errante de se navegar. “(...) quando o usuário

novato não fica prostrado pela frustração, ele se inicia nessa arte como um internauta errante, aquele que desconhece os procedimentos e, para navegar, precisa fazer uso da adivinhação” (SANTAELLA, 2004, p. 102).

Os imigrantes digitais também podem ser chamados de leigos dependendo do seu nível de imersão e familiaridade com a rede. Eles sabem entrar na rede, mas sempre se limitam a fazer as mesmas atividades, entrar nos mesmos *sites* e não se aventuram em conhecer novos locais no ciberespaço. Essa disciplina é a principal arma que o leigo se utiliza para navegar e essa característica define esses usuários como detetives, explica Santaella (2004, p. 111): “O detetive é aquele que não pode se distrair do alvo de sua busca. Sua palavra de ordem é: Onde estou e para onde quero ir?”

Já os expertos são aqueles que de fato estão mais familiarizados com o ambiente digital, a exemplo dos nativos digitais. Eles são capazes de ver TV, ouvir música, teclar no celular e usar o *notebook*, tudo ao mesmo tempo. Ou seja, são multitarefas. E essa capacidade de executar várias atividades ao mesmo tempo se reflete no estilo de navegação previdente. Santaella (2004, p. 120) explica:

Navegar para ele é um ato de cumplicidade com os programas cujos segredos já estão decifrados. Entretanto, tão logo o internauta se defronte com uma informação inesperada, a rotina dos passos dedutivos é quebrada e, mesmo para o navegador previdente, a errância volta a entrar em ação, seguida pela busca de pistas.

Enfim, os expertos não sentem nenhuma dificuldade em navegar pela *web 2.0*, tudo é lógico, navegam quase que instintivamente, e o que é desconhecido é facilmente desvendado com a errância e a investigação que já lhe foram hábitos normais de navegação. Apresentadas as definições, buscaremos identificar o perfil cognitivo do frequentador de *lan house* a partir do resultados obtidos por uma pesquisa de campo em João Pessoa e Conde, ambas na Paraíba.

Breve histórico das *lan houses*

As *lan houses* foram iniciadas em 1996 na Coréia do Sul como uma forma de entretenimento. O termo LAN vem do inglês *local area network* que, na tradução para o português, significa rede local. Considerado inicialmente como um espaço de jogos em rede, era uma versão *hi-tech* do velho fliperama, onde muitas pessoas experimentavam os últimos lançamentos dos jogos, todos conectados virtualmente no mesmo lugar.

As *lan houses* provêm das *lan parties*, que surgiram em 1995 nos estados do Texas e da Califórnia nos EUA. A diferença entre elas é que as *lan parties* consistem em eventos de campeonatos ininterruptos de jogos em um lugar alugado pelos jogadores, já as *lan houses* se configuram como um espaço comercial, onde os computadores podem conter seus *games* instalados e qualquer pessoa pode consumir quando quiser e pagar pelo tempo que utilizar.

No Brasil, as *lan houses* surgiram no final de 1998 em São Paulo, quando o jovem Sunami Chun voltou de viagem da Coreia do Sul e fundou a *Monkey*. Esta chegou a ser a maior rede desse tipo de empreendimento do país com mais de 50 lojas, mas hoje já não existe.

Atualmente, as *lan houses*, além de serem casas de jogos como no princípio, hoje são estabelecimentos comerciais, se paga um valor para o uso do computador com Internet a fim de se ter acesso à informação para o trabalho, estudar, se relacionar com outras pessoas, jogar, entre outras atividades. Atualmente, têm função importante na nossa sociedade, uma vez que está sendo utilizada no processo de inclusão digital.

Segundo pesquisa realizada em 2007 e divulgada pelo Comitê Gestor de Internet no Brasil (CGI.br), 49% dos acessos à Internet foram realizados através de *lan houses* (PESQUISA..., 2007). Na mesma pesquisa, se destaca que tal comportamento é mais forte no Norte e no Nordeste do Brasil, onde houve quase 70% dos acessos principalmente por pessoas das classes C, D e E.

O cenário de acesso ao ciberespaço possível, principalmente, por meio das *lan houses* pode ter se modificado. O CGI.br trouxe números de 2007 que demonstravam um aumento da presença de acesso à Internet nos domicílios e uma queda no uso das *lan houses*, inclusive no interior do país (WAGNER, 2010). Para verificar como se encontra tal situação na Paraíba, propomos esta pesquisa.

Metodologia

Esta pesquisa teve por objetivo traçar o perfil dos internautas freqüentadores de *lan houses* das cidades de João Pessoa e Conde na Paraíba. Para tanto, buscamos utilizar abordagens, tipos de pesquisa e técnica de coletas de dados que atendessem a nossa necessidade.

No tocante à abordagem quantitativa, quanto aos objetivos do estudo, a pesquisa foi descritiva, tendo em vista que esta defende a observação, o registro, a análise de fenômenos com precisão, a partir do procedimento de coleta de dados. Busca-se descrever as características de uma população em suas diversas variáveis.

A pesquisa de campo direta extensiva pareceu-nos a mais adequada para definir o perfil dos usuários de internet em *lan houses*. O campo foi as cidades de João Pessoa e Conde, representadas através de algumas localidades. A princípio, pretendíamos trabalhar com os bairros: Mangabeira, Conde, São José, Funcionários I, Mandacaru, Centro, Tambauzinho, 13 de maio, Manaíra, Cabo Branco, Intermares e Bancários, localizados na capital, buscando uma amostra representativa das várias classes sociais da cidade. No entanto, nos deparamos com a dificuldade de encontrar clientes nas *lan houses* de bairros mais favorecidos, já que, em sua maioria, os moradores têm computador com acesso à Internet em casa.

Por este motivo, a amostra total foi de 160 formulários, sendo 20 em cada bairro. É importante salientar que apenas foram entrevistados aqueles que chegavam à *lan house* para acessar à Internet e não os que usavam outros serviços oferecidos pelos espaços, como xerox, impressão, gravação de CD, entre outros. Os bairros da capital onde o formulário foi aplicado foram: Mangabeira, São José, Funcionários I, Mandacaru, Centro, Tambauzinho e 13 de Maio, além da cidade do Conde. Em alguns casos, a pesquisa foi realizada em mais de uma *lan house* localizada nas proximidades.

A técnica de coleta de dados utilizada foi o formulário, pois o pesquisador estava presente no momento da aplicação. O mesmo foi composto por 16 questões, sendo 8 abertas, 7 de múltipla escolha e 1 fechada. Todas as questões visavam a conhecer quem era o usuário e quais atividades mais comuns que ele realizava na Internet.

Em relação à abordagem qualitativa, quanto aos objetivos do estudo, a pesquisa exploratória foi escolhida, pois ela favorece o reconhecimento e contextualização do assunto a partir da pesquisa bibliográfica. A bibliografia utilizada foi Lévy (1999), quando trata de cibercultura, e Wolton (2003), por criticar esta nova prática; Santaella (2004) ao estudar o perfil cognitivo dos internautas a partir dos estilos de navegação no ciberespaço; além de Trivinho (2009) e Silvera (2007; 2005) ao trazer a discussão do conceito de inclusão digital. Por fim, aplicamos a pesquisa explicativa quando identificamos as categorias abordadas por Santaella (2004) nos usuários de Internet entrevistados.

As primeiras *lan houses* foram criadas com um conceito diferente do conhecido atualmente, sendo utilizadas especialmente para jogos. Por ser essa a intenção inicial, houve uma grande atração de pessoas do sexo masculino. Mesmo após a modificação do conceito, quando os jogos deram lugar ao “livre” acesso à Internet, esse público masculino continua sendo a maioria nos locais, como mostra o resultado da pesquisa, com 56,25%. Contudo, a diferença não é significativa para afirmarmos que se trata de um ambiente específico de um determinado gênero.

Hoje, os maiores frequentadores das *lan houses* são os jovens estudantes, que representam 36% dos entrevistados, sendo 84% entre 16 e 20 anos. Após a popularização das redes sociais houve uma ampliação do hábito de uso desses internautas, sendo o motivo principal da ida a uma *lan house*, totalizando 77%. A necessidade de se atualizar quanto aos acontecimentos ocorridos nessas redes, bem como manter ativos seus contatos são alguns dos quesitos que pesam na hora de ir ao local.

Já na questão que se refere aos *sites* de pesquisa, o *Google* foi o mais citado, com 69%, visto que é o mais popular entre os buscadores. Continuando o questionamento sobre os *sites*, os de informação foram deixados em branco (48%), dificultando uma justificativa com base nos dados. Pode-se deduzir que os jovens preferem utilizar o tempo na *lan house* com acontecimentos ocorridos nas redes sociais, pois a informação e notícia podem ser obtidas por outros meios infocomunicacionais. Os *sites* voltados à profissão também ficaram em branco (76%), visto que os jovens preferem utilizar seu tempo para o entretenimento.

Além dos *sites* de notícias e os relacionados à profissão, também foi observado que os entrevistados não têm o costume de fazer compras pela Internet (77%). Isso pode ocorrer pela falta de informação de *sites* confiáveis, pois, apesar de estarem crescendo, supõe-se que haja o receio de colocar seus dados pessoais em computadores públicos. Outro fato que poderia justificar o hábito de não fazer compras pela Internet é a renda desses usuários, entre 1 e 3 salários mínimos (62%), já que, em alguns *sites*, mesmo com parcelas a longo prazo, os juros e frete acabam deixando o produto mais caro do que o esperado, compensando a compra em sua cidade mesmo (quando existe o produto no local).

A renda também contribui para o uso da Internet pelos jovens nas *lan houses*, sendo o meio mais viável financeiramente para estar em contato com o mundo virtual. Os dados relativos à renda já nos remetem às informações sobre a moradia dessas pessoas. Boa parte

dos entrevistados reside em bairros de classe média baixa, como Mandacaru (23%) e Mangabeira (21%).

Diante das análises feitas, surgem dúvidas quanto à frequência, tempo do uso da Internet e locais de acesso. Cerca de 41% dos entrevistados utilizam o computador todo dia e 37% toda semana. Como a maioria é de jovem, supõe-se que utilizem a *lan house* após a aula ou após os deveres de casa regularmente.

No que diz respeito ao uso da Internet, os entrevistados utilizam todo dia (53%) e/ou toda semana (64%). Essa questão chama atenção pelo fato de antes as *lan houses* serem utilizadas para jogos e, após a mudança de conceito, os jovens passaram a associar a ida para o estabelecimento ao uso da Internet, cuja necessidade em se atualizar através redes sociais só aumenta essa frequência. Quanto ao tempo destinado ao acesso, 55% utilizam de 1 a 2 horas, pelo fato de terem uma frequência quase diária ao estabelecimento, entrando nos *sites* de redes sociais para ver se houve alguma atualização de seu interesse ou mesmo para manter/reactivar contato com alguém.

Dos usuários entrevistados, verificamos que 25% acessam a Internet exclusivamente por meio da *lan house*. Em pesquisa recente divulgada pelo IBGE, foi possível identificar que apenas 15% dos lares paraibanos possuem acesso à Internet (BARBOSA, 2010). Nesse sentido, o baixo índice de inclusão digital no estado nos faz ressaltar a importância dos estabelecimentos como as *lan houses* para a questão de se fazer presente no ambiente digital. Preocupamo-nos também em identificar um perfil cognitivo desses internautas, a partir das proposições de Santaella (2004).

Analisando os resultados da pesquisa, baseado na classificação da autora, dos usuários de Internet divididos em novatos, leigos e expertos, pode-se concluir que os entrevistados se enquadram no tipo leigo. Isso ocorre pelo fato de visitarem sempre os mesmos *sites*, como é o caso do Orkut, e não explorarem outros ambientes, como aqueles relacionados à profissão ou ao estudo.

Considerações Finais

Por muito tempo vê-se que as práticas públicas de fomento a esse novo ambiente de comunicação proporcionado pela Internet se refletiram na questão do acesso. Óbvio que este é um primeiro passo essencial e que ainda precisa ser ampliado para que outras questões

possam ser colocadas nas pautas de discussão. Porém, enquanto se aborda questões como a ampliação de telecentros, a colocação de redes *Wi-fi* gratuitas pelas cidades, entre outras práticas de ampliação do acesso, os indivíduos já desfrutam desse ambiente, inseridos na cibercultura através das *lan houses*.

Estes usuários da Internet, jovens em grande parte, frequentam esses espaços, como visto, com grande frequência e por longos períodos. Por serem da geração posterior a seus pais, já não possuem os medos em relação ao aparato tecnológico, que os caracterizaria como novatos, mas também não desfrutam da habilidade para usar todo o potencial da web a seu favor, o que os definiria como expertos. O meio termo, ou seja, vê-los enquanto leigos, é o reflexo dos usos que estes fazem da internet, nas *lan houses*.

Ser leigo, por um lado, reflete uma frequência de uso maior, por parte desses jovens, o que se mostra positivo em relação à questão da universalização do acesso à internet nesta faixa etária, e à revisão de políticas que viabilizem a retiradas das *lan houses* da informalidade. Mas por outro lado, ser leigo revela que essas mesmas políticas de viabilização do acesso, precisam mudar seu foco para a diversificação dos usos cognitivos desse ciberespaço. E isso significa vê-lo não apenas como ambiente de diversão e contato, o que é nítido em nossa pesquisa, pelo uso constante de ferramentas como o *Orkut* e o *MSN Messenger*, mas também como ambiente para novas práticas de trabalho, de educação e até mesmo de cidadania, as quais não são empreendidas por esses usuários.

Tal questão é complexa porque os que podem promover o melhor uso da Internet, políticos, pais e educadores, muitas vezes são novatos em relação aos usos dessa ferramenta, o que faz desse processo de mudança do perfil leigo para o perfil experto algo mais endógeno em relação a própria faixa etária. Entre os jovens, usa-se o *Orkut* porque seu potencial de contato foi legitimado e disseminado por esse público.

A ampliação da presença desses jovens no ciberespaço, em seu perfil curioso, possibilita que novos usos, quer seja em relação à trabalho, ao estudo, ou a qualquer outro, sejam também legitimados e disseminados. Promover tal ampliação através do ambiente das *lan houses* mesmo que não garanta o uso experto da Internet de um modo geral, permite que a variabilidade de usos da mesma possa, ao menos, ser visualizada. Para que esta variabilidade seja, mais do que visualizada, internalizada por todos, é preciso ainda um tempo. Tempo para que esta cibercultura perca seu prefixo e se torne apenas “cultura”, sem separações entre o físico e papável e o imaterial e intocável do ciberespaço.

Referências

- BARBOSA, Cacá. **Brasil ganhou 12 milhões de internautas em 2009, segundo IBGE; na PB são 167 mil.** Disponível em: <http://linkpb.net/?p=4231>. Acesso em: 8 set. 2010
- ESTÂNCIA, no Sergipe, faz parceria com lan houses para inclusão digital. **Software Público.** Disponível em: <http://www.softwarepublico.gov.br/4cmbr/xowiki/news-item123>. Acesso em: 30 jul. 2010.
- GONÇALVES, Flávio. Telecentros: o lugar certo para a inclusão digital. **Observatório do direito à Comunicação**, 2007. Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=532. Acesso em: 09 ago. 2010.
- LAN house e sua história. **Portal dos donos de lan house.** Disponível em: <http://abcdid.forumotion.com/portal.htm?pid=7>. Acesso em: 30 jul. 2010.
- LEMONS, André. Cibercidades. In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos (orgs.). **J@nelas do ciberespaço: comunicação e cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2001.
- LEMONS, Ronaldo. Ronaldo Lemos – Parte III. **YouTube**, 2007. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=PNCFL-ywSj8&feature=related>. Acesso em: 15 set. 2010.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- _____. **A inteligência coletiva.** São Paulo: Edições Loyola, 1998.
- MEIRA, Silvio Romero de Lemos. **Planeta Inteligente**, 2009. Disponível em: <http://smeira.blog.terra.com.br/2009/06/17/entrevista-planeta-inteligente/>. Acesso em 09 ago. 2010.
- PESQUISA sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil 2007. CGI.br (Comitê Gestor da Internet no Brasil). Disponível em: <http://op.ceptro.br/cgi-bin/indicadores-cgibr-2007?pais=brasil&estado=pb&academia=academia&age=de-25-a-34-anos&education=pos-mestrado&purpose=pesquisa-academica>. Acesso em: 30 jul. 2010.
- SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.** São Paulo: Paulus, 2004.
- SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Exclusão digital: a miséria na era da informação.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.
- _____. **Agência Brasil**, 2007. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/arquivo/node/344200>. Acesso em 09 de ago. de 2010.

TRIVINHO, Eugênio. A inclusão digital é uma utopia. **Istoé**, n. 2081, 2009. Disponível em: <http://e-educador.com/index.php/artigos-mainmenu-100/5656-inclusao>. Acesso em 09 ago. 2010.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2007.