

***Dossiê -  
Cultura e Consumo***

**Consumo, inclusão e segregação:  
reflexões sobre lan houses e um comentário sobre rolezinhos**

**Consumo, inclusión y segregación:  
reflexiones sobre cibercafés y un comentario sobre *rolezinhos***

**Consumption, inclusion and segregation:  
reflections on Internet cafés and a commentary on *rolezinhos***

**Adriana Facina Gurgel do Amaral<sup>1</sup>  
Pâmella Santos dos Passos<sup>2</sup>**

**Palavras chave:**

Consumo

Inclusão

Segregação

Lan Houses

Rolezinhos

**Resumo:**

O presente artigo discutirá a inclusão sob o prisma do consumo pensando questões contemporâneas, sobretudo, no campo juvenil. Apresentando como analisadores as lan houses e os rolezinhos, problematizaremos o consumo na sociedade atual construindo um panorama teórico acerca da referida temática. Baseado em pesquisas etnográficas desenvolvidas em favelas cariocas, o presente texto trás ao leitor uma reflexão acadêmica sobre o lugar que as periferias vêm ocupando numa sociedade de capitalismo avançado e globalizada. O olhar sobre as lan houses de Acari, na Zona Norte carioca, e Santa Marta, Zona Sul da cidade maravilhosa, são aprofundados com a discussão sobre os rolezinhos paulistas e seus impactos. Os limiares entre inclusão e segregação são abordados sob a ótica do consumo, refletindo sobre os discursos de incorporação das classes populares, a suposta democratização do acesso a determinados bens e serviços e o recrudescimento de limites e fronteiras que demarcam a distinção de classes.

**Resumen:**

El presente artículo discutirá la inclusión bajo el prisma del consumo pensando cuestiones contemporáneas, sobre todo en el campo juvenil. Presentando como analizadores los cibercafés y los *rolezinhos*, problematizaremos el consumo en la sociedad actual construyendo un panorama teórico acerca de dicho tema. Basado en investigaciones etnográficas desarrolladas en *favelas* de Río de Janeiro, el presente texto trae al lector una reflexión académica sobre el lugar que las periferias han ocupado en una sociedad de capitalismo avanzado y globalizada. La mirada sobre los cibercafés de Acari, en la Zona Norte de Río de Janeiro, y Santa Marta, Zona Sur de la ciudad maravillosa, es profundizada con la discusión sobre los *rolezinhos* de São Paulo y sus impactos. Los umbrales entre inclusión y segregación son abordados bajo la óptica del consumo, reflexionando sobre los discursos de incorporación de las clases populares, la supuesta democratización del acceso a determinados bienes y servicios y el recrudescimiento de límites y fronteras que demarcan la distinción de clases.

**Palabras clave:**

Consumo  
Inclusión  
Segregación  
Cibercafés  
*Rolezinhos*

**Keywords:**

Consumption  
Inclusion  
Segregation  
Internet Cafés  
*Rolezinhos*

**Abstract:**

The present article will discuss the inclusion from the perspective of the consumption, thinking about contemporary issues, especially in the field of the youth. Introducing the Internet cafés and *rolezinhos* as analyzers, we will question the consumption in today's society, constructing a theoretical overview of the theme. Based on ethnographic researches developed in *favelas* of Rio de Janeiro, the present text brings to the reader an academic reflection on the place that the outskirts have occupied in a globalized society with advanced capitalism. The look on the Internet cafés of Acari, in the North Zone of Rio de Janeiro, and Santa Marta, South Zone of the "Marvelous City", is deepened with the discussion of the *rolezinhos* in São Paulo and their impacts. The thresholds between inclusion and segregation are discussed from the perspective of consumption, reflecting on the speeches of incorporation of the popular classes, the supposed democratization of access to certain goods and services and the intensification of limits and borders that demarcate the distinction of classes.

## **Consumo, inclusão e segregação: reflexões sobre lan houses e um comentário sobre rolezinhos**

### **Considerações iniciais**

O que pode um favelado consumir? A pergunta pode incomodar aos leitores desse artigo. No entanto, ela é subjacente a debates correntes na imprensa e nas redes sociais acerca das práticas dos sujeitos moradores de favela. Lembrando a música que diz que “a gente não quer só comida”, essas práticas de consumo populares recorrentemente causam indignação entre determinados grupos sociais detentores de capital econômico e cultural. “Não tem o que comer, mas compra tênis de marca”, “Não investe em educação e gasta tudo na lan house”, essas e tantas outras são frases que nos revelam uma visão sobre o consumo das classes populares, reconfigurado pela globalização e pelas novas demandas do mercado em grande escala, como irracional e mesmo moralmente perigoso.

Esse artigo é desdobramento de uma pesquisa de doutorado realizada em lan houses das favelas de Acari e Santa Marta, e é também um esforço de reflexão sobre os recentes episódios dos rolezinhos nos shoppings em São Paulo. Pretendemos levantar alguns questionamentos sobre as práticas de consumo das camadas populares e sua relação com os discursos de inclusão social, bem como a visão moralizante voltada para o disciplinamento dos corpos dos jovens de periferias. Para tal, começaremos apresentando um panorama geral do funcionamento das lan houses, estabelecimentos recorrentemente demonizados, analisando os discursos de inclusão social/digital para em seguida tecer algumas considerações do que observamos desses espaços para

além de pontos de acesso pago à internet. Por último, analisaremos os rolezinhos e seus impactos sob a ótica do consumo como interação social e da experiência de segregação em alguns dos espaços a ele consagrados.

### **Pensando a lan house numa cultura do consumo: reflexões sobre inclusão**

Como indicam não apenas as pesquisas no âmbito da tecnologia no país, mas também o próprio discurso da Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital (ABCID)<sup>3</sup>, as lan houses vêm sendo apontadas como um importante instrumento de inclusão digital. No entanto, de que inclusão estamos falando?

Problematizando o conceito de inclusão digital em sua pesquisa, Olivia Carvalho discorda da concepção que o compreende como sinônimo de acesso a computadores, internet e softwares básicos (CARVALHO, 2012, p.154), indicando a necessidade de ampliação dessa visão. Corroborando tal análise, afirmamos que incluir, a nosso ver, é o ato de pôr ou colocar dentro de algo, sendo esse algo em geral fechado, delimitado. Por exemplo, a inclusão social é urgente, no entanto, ela é apenas o processo de colocar para dentro de uma sociedade hierarquizada e desigual.

Para tentar esclarecer nossa concepção, trazemos as problematizações de Jorge Larrosa sobre o ato de dar a palavra sob uma perspectiva de inclusão ou emancipação social.

No dar a palavra somente aquele que não tem pode dar. Aquele que dá como proprietário das palavras e de seu sentido, aquele que dá como sendo dono daquilo que dá...esse dá, ao mesmo tempo, as palavras e o controle sobre o sentido das palavras e, por-

tanto, não as dá. Dar a palavra é dar sua possibilidade de dizer outra coisa diferente daquilo que já dizem. (LARROSA, 2001, p. 291)

Substituindo o termo palavra por acesso à internet, podemos pensar o “dar acesso à internet” sobre outra perspectiva. Acreditamos que, atualmente, os discursos hegemônicos sobre inclusão digital estão marcados pela forma de dar como proprietária aquela que junto com o acesso à internet pretende dar o sentido e uso desse meio, não o compreendendo como mediação (MARTÍN-BARBERO, 2006), ou seja, oferecendo junto com o acesso à internet a maneira como ela deverá ser usada, excluindo outras possibilidades.

É recorrente vermos telecentros e outras iniciativas públicas que restringem o uso da internet, impedindo o acesso a sites de relacionamentos e jogos, dentre outros meios que são categorizados como entretenimento. Nesse contexto, a lan house apresenta-se como um espaço que não restringe o acesso à internet a sites educativos e/ou e-mails, e, assim, mesmo cobrando um valor sobre seu uso, talvez possa de fato “dar acesso à internet”.

A questão que apresentamos acima nos coloca na encruzilhada acerca do que é de fato incluir e democratizar. O que é gratuito democratiza mais do que é pago? As Políticas Públicas têm dialogado com a sociedade tanto quanto o mercado?

A esse respeito, Nestor Canclini (1997) e Jesús Martín-Barbero (2006) têm muito a contribuir ao compreender o consumo também como uso, percebendo nesse uma possível dimensão de resistência. Antes de aprofundarmos a visão desses autores e o diálogo que travamos com nossa pesquisa, identificamos a necessidade de pensar teoricamente o que se denominou de cultura do consumo, na qual estamos imersos.

Primeiramente, cabe destacar que o consumo pode ser visto como uma herança do processo histórico da sociedade que, ao longo do tempo e nas diferentes sociedades, assumiu contornos distintos. Importa, também, compreender que o que hoje denominamos de cultura do consumo é filha de uma ideia de comunicação de massas.

Partindo do princípio de que o consumo é uma prática social que produz sentido e que por isso é inerente a todas as sociedades, delimitamos, aqui, o consumo de que falamos, qual seja: o consumo na sociedade contemporânea. Buscando entender esse processo, vários estudiosos debruçaram-se sobre o tema, almejando elaborar teorias sobre o consumo e sua cultura. Aqui, optamos somente por dar ênfase aos trabalhos sobre consumo que contribuíram em nossa pesquisa, levantando em momentos pontuais a que teorias eles se opõem ou se aproximam.

Se admitirmos uma intensa ligação entre a comunicação de massas e o que denominamos cultura do consumo, cabe destacar o papel da imprensa na gênese desse processo. É a partir das primeiras prensas e tipografias que se inaugura a produção em série, fator fundamental para posterior consolidação do consumo como cultura. A produção em série, ao gerar mais produtos, produz também a demanda de seus consumidores, impondo assim a necessidade de conquistá-los seja através de guerras imperialistas ou armas do marketing.

Ressaltamos que não compartilhamos da ideia de que foi exclusivamente o avanço tecnológico aplicado às indústrias que gerou o aumento estupendo do consumo, produzindo, assim, uma cultura de massas. Mas que uma conjunção de fatores, dos quais o avanço tecnológico é um elemento fundamental, levaram a

essa formação cultural. Assim, com o intuito de investigar esse processo histórico, tomamos como referência a periodização do capitalismo do consumo, defendida por Gilles Lipovetsky (2007).

Ao dividir o capitalismo de consumo em três fases, o autor situa a expressão sociedade de consumo, oriunda dos anos 20, do século XX, ganhando popularidade somente nos anos 1950-60. Segundo tal divisão, a fase I compreende o período que vai de 1880 até o final da Segunda Guerra Mundial, a fase II emerge nesse período e vai até os anos 1980, enquanto a fase III tem início no final dos anos 1980 e início dos anos 1990, indo até os dias atuais.

Tendo início em 1880, a fase I foi marcada por um significativo aumento tecnológico e na infraestrutura de transportes, o que afeta diretamente na produção e circulação de produtos que serão consumidos. No entanto, para além do avanço nas técnicas industriais, o capitalismo de consumo também demandou alterações culturais e sociais.

Como exemplo, podemos citar a substituição dos pequenos mercados locais, nos quais os clientes conheciam o dono e seus trabalhadores, que em geral eram familiares, pelos grandes mercados nacionais. Nesse período, surgem as lojas de departamentos, e o consumidor é convencido de uma pretensa liberdade de observar as mercadorias sem a obrigação de comprá-las, visto que nesses espaços a figura do vendedor é supostamente abolida.

Dizemos supostamente, pois, em nossa compreensão, o trabalho do vendedor foi incorporado pelo marketing e, sobretudo, pela marca. Nesse momento histórico, a publicidade assume uma nova dimensão, inventando o consumo-sedução e o consumo-distração de que somos fiéis herdeiros. Assim, cabe ao setor de publicidade, em especial ao marketing de

massas, criado nesse momento, educar/convencer os consumidores.

A economia do consumo também sofreu alterações. Reduzindo os preços unitários, os empreendedores apostavam todas as fichas no lucro através do aumento na quantidade de vendas. Invertera-se a lógica. O importante era não mais vender um produto com uma alta margem de lucro, mas sim milhares de produtos com uma taxa de lucro bem mais reduzida.

Nessa nova lógica, o marketing assume o papel fundamental de garantir esses novos consumidores. No entanto, Lipovetsky (2007) destaca que essa fase criou um consumo de massas inacabado, pois nele se observa uma significativa predominância burguesa. Esse obstáculo, as fases seguintes irão tentar transpor.

A fase II começa no período posterior à Segunda Guerra Mundial, por volta dos anos 50, e tem como uma de suas principais características a elevação do nível de produtividade de trabalho, em muito oriunda da extensão da regulação fordista da economia. Nesse período, o poder de compra dos salários é multiplicado por 3 ou 4, realizando um processo de democratização do sonho consumista, esse é o modelo puro da sociedade de massas.

Porém, cabe destacar o papel essencial exercido pela difusão do modelo tayloriano-fordista da organização da produção, na formação da sociedade de consumo de massa. Tal difusão permitiu uma alta excepcional da produtividade bem como a progressão dos salários, refletindo, assim, tanto na redução dos preços unitários quanto no aumento do poder de compra dos salários.

É na fase II que o consumo ganha *status* de cultura, passando a ser visto como principal recurso simbólico das representações sociais. Observa-se a in-

versão da lógica, a partir desse período o consumo orienta a produção e não mais o contrário. Essa fase segue até os anos 1980, abrindo as portas para fase III, marcada pelo hiperconsumo.

Dentre os aspectos mais relevantes da fase III, podemos indicar que o consumo para si vem suplantar o consumo para o outro. Segundo Lipovvetsky, na fase III,

O consumo ordena-se cada dia um pouco mais em função de fins, gostos e de critérios individuais. Eis chegada a época do hiperconsumo, fase III da mercantilização moderna das necessidades e orquestrada por uma lógica desinstitucionalizada, subjetiva, emocional. (LIPOVETSKY, 2007, p. 41)

Para o autor, esse aspecto subjetivo e emocional dialoga intensamente com o fato de a sociedade contemporânea vivenciar um momento de baixa das tradições, religiões e política. Assim, se esses espaços historicamente reconhecidos como produtores de identidades estão esvaziados, cabe ao consumo encarregar-se cada vez mais de uma função identitária.

Sob essa lógica, as campanhas de publicidade na fase III não são mais construídas em cima de benefícios funcionais do produto. Ao contrário, elas buscam difundir valores, sobretudo, das marcas. Assistimos, assim, a um processo de subjetivação em relação às marcas.

Ao destrinchar a terceira fase de sua divisão do capitalismo consumista, o filósofo francês dialoga com teorias muito importantes no campo do consumo, o que não é objeto deste trabalho aprofundar, no entanto, gostaríamos de ao menos pontuar. Detalhando sua análise sobre a sociedade do hiperconsumo, Lipovetsky irá estabelecer duas interlocuções com teorias que acreditamos relevantes: a da emulação social e a do hedonismo.

De maneira sucinta, podemos dizer que a teoria do consumo conspícuo, a partir de Veblen, aponta para um consumo racional que é sempre fruto de uma escolha, que para o autor se dá pela busca do indivíduo de alcançar distinção. Nessa lógica de emulação social, as classes médias consumiriam para se aproximar das classes mais altas e essas por sua vez consomem para se distinguir.

Apesar de avançar frente às teorias anteriores, a proposta de Veblen é extremamente moralista e coloca toda a carga de análise na questão da classe, sendo insuficiente para compreender a cultura do consumo e principalmente o turboconsumidor individualista e subjetivo da fase III proposta por Lipovetsky.

Buscando dialogar com essa teoria, Lipovetsky afirma que os prazeres elitistas não desapareceram, apenas foram reestruturados pela lógica subjetiva do neo-individualismo, criando prazeres e satisfações mais para si do que para admiração de outrem. Na terceira fase do capitalismo de consumo, adquirem-se produtos das grandes marcas, não por distinção ou emulação, mas por momentos de vontade e prazer que proporcionam ao consumidor.

Mesmo entre os jovens, o imaginário da igualdade democrática fez seu trabalho, levando à recusa de apresentar uma imagem de si maculada de inferioridade desvalorizadora. Sem dúvida, é por isso que a sensibilidade às marcas é exibida tão ostensivamente nos meios desfavorecidos. Por uma marca apreciada, o jovem sai da impessoalidade, pretende mostrar não uma superioridade social, mas sua participação inteira e igual nos jogos da moda, da juventude e do consumo. (LIPOVETSKY, 2007, p. 50)

A afirmação do autor faz sentido, se pensarmos nos jovens das favelas

que acompanhamos em nosso trabalho de campo e o episódio dos rolezinhos que analisaremos nesse artigo. Devido à própria organização do sistema capitalista, esses jovens são cerceados de outras formas de constituição de identidades, por vezes vistas com preconceito, como as religiões afro ou neopentecostais, ou repreendidas pela polícia como no caso de manifestações culturais de funk ou Hip Hop.

Para esse setor da juventude, a marca e o consumo tornam-se não somente uma inserção na sociedade, mas também a afirmação de valores, assumindo um caráter identitário. Destacamos, aqui, a concepção de Nestor Canclini (1997), para quem o consumo é uma nova forma de cidadania possível neste momento de declínio da esfera pública.

Apesar de sermos cuidadosos com o que identificamos como um certo otimismo do autor, concordamos quando este identifica que o consumo conseguiu garantir a universalidade que a cidadania não alcançou, por exemplo, abrindo brechas, via consumo, para os movimentos sociais de minorias específicas. Para Canclini (1997), o consumo não é transformador, mas pode abrir espaço para uma ressignificação da ideia de cidadania mais universalizada.

Ainda dialogando com outras teorias sobre o consumo, Lipovetsky afirma que o consumo está para além do consolo, da tarefa de suprir o sentimento de falta, na fase III ele está mais relacionado com a experiência em si. Nesse sentido, o papel cada vez maior desempenhado pelos lazeres viria a ilustrar a dimensão hedonística do consumo. É nesse instante que identificamos a interlocução com as teorias hedonistas.

Campbell será um dos primeiros teóricos do consumo a reservar especial

atenção ao prazer, ao desejo e à subjetividade. O autor trabalha com a díade contenção/prazer, identificando duas formas de hedonismo: o tradicional e o moderno. O hedonismo tradicional busca saciar o desejo, enquanto o hedonismo moderno, segundo o autor, viveria uma reconfiguração, visto que estamos num período de baixa das experiências.

No hedonismo moderno, a experiência concreta é substituída por novas tecnologias que simulam e estabilizam a busca do desejo e do gozo. Em nossa leitura de Lipovetsky, identificamos que o autor compreende o próprio consumo como uma forma de experiência possível na sociedade do hiperconsumo e não uma mera simulação, pois, como ele afirma “*Graças a fase III, a civilização do objeto foi substituída por uma economia da experiência, a dos lazeres e do espetáculo, do jogo, do turismo e da distração*” (LIPOVETSKY, 2007, p. 63).

Na visão de Campbell, o hedonismo moderno é marcado pela não satisfação, momento no qual a experiência é mais emocional que da vida concreta. Em nossa hipótese, a fase III não pode ser explicada exclusivamente pelo hedonismo, ainda que moderno. No entanto, esse assume um papel de destaque na sociedade do hiperconsumo.

Em artigo sobre a relação entre consumo e identidades nas sociedades contemporâneas, Ana Lucia Enne (2006) analisa duas obras que de maneira diferente abordam a questão das identidades sob a lógica contemporânea movida pelo consumo. O documentário *Tiros em Columbine*, de Michael Moore e o livro *Otaku, os filhos do virtual*, de Étienne Barral são objetos do estudo da autora para, a partir deles, pensar como a atitude desses jovens, tanto no Japão quanto nos EUA, podem refletir uma sociedade do turboconsumo.

Nesses dois trabalhos estudados por Enne (2006), podemos observar como sociedades tão distintas acabam produzindo subjetividades muito próximas, na medida em que colocam o consumo como fator primeiro da constituição da identidade social. Sob esse prisma, os *nerds* americanos e os *otaku* japoneses são aqueles que desviam do padrão, inseridos em sociedades que celebram o sucesso e condenam o fracasso.

Pensando ainda no hedonismo moderno e na experiência mais emocional que concreta, podemos perceber os *otaku* como uma geração que se recolhe frente a essas experiências ditas concretas, optando pelo mundo virtual, fazendo disso uma fuga/resistência ao sistema. Se, como a autora indica, as identidades não se constituem de forma fixa, o campo da cultura torna-se um terreno fundamental na disputa pelos direitos de significar.

Ambos os casos estudados por Enne indicam momentos de radicalização da desesperança, que apresentam como desdobramento tanto a violência, quanto a reclusão no mundo virtual. Em nossa pesquisa, percebemos que os jovens frequentadores de lan houses em comunidades populares não estão marcados pela desesperança. Ao contrário, estão sedentos pela possibilidade de ressignificar, encontrando na internet um importante meio para efetivação desse projeto.

Compreendendo ainda o momento atual do capitalismo de consumo, identificamos que, diferentemente do que ocorria nas duas fases anteriores, não é mais o consumidor quem se desloca para consumir, mas o comércio que vai até ele, adequando-se aos seus horários e trajetos. Nessa fase, a esfera comercial se torna hegemônica e as forças do mercado invadem praticamente todos os aspectos da existência humana.

Lipovetsky aponta também o fato de que, apesar de todas as formas de indiferenciação existentes, inclusive na lógica do hiperconsumo, nossas sociedades favorecem mais a identificação com o outrem do que a sua ruína. Para ele, “*Sempre receptivo à infelicidade de outrem, sempre desejoso de sentir-se útil aos outros, o ‘coração’ do indivíduo hiperconsumidor não deixou de bater: é ritmado de uma outra maneira.*” (LIPOVETSKY, 2007, p.147).

Com isso, o autor afirma que sua análise não tem por objetivo inocentar a fase III, ao contrário, ele reconhece a ameaça que essa faz planar sobre a sociedade. No entanto, ele indica que seu objetivo é analisá-las, evitando as facilidades do que denomina de denúncias apocalípticas.

Longe de esgotar o debate sobre cultura do consumo, buscamos tecer alguns comentários que nos subsidiaram para pensar as lan houses em favelas e a experiência dos rolezinhos, bem como seus sujeitos: ambos inseridos na fase III do capitalismo de consumo.

Embasados na discussão sobre a Cultura do Consumo, retomamos Nestor Canclini (1997) em suas discussões sobre o papel no consumo e sua relação com a cidadania no mundo contemporâneo. Ao abordar a relação do povo, ou ainda, das massas populares com o poder instituído, o autor afirma “*Desiludidos com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, o público recorre à rádio e à televisão para conseguir o que as instituições cidadãos não proporcionam: serviços, justiça, reparações ou simples atenção*” (CANCLINI, 1997, p. 26).

Percebemos na leitura de Canclini, não uma apologia ao consumo, ou mesmo um abandono das ditas instituições cidadãos, mas sim um chamado à apro-

priação destes meios que hoje são usados hegemonicamente pelo sistema capitalista. Nesse aspecto, sua obra converge com as formulações de Walter Benjamin (1994), Milton Santos (2006) e Jesús Martín-Barbero (2006) no que tange à urgência da apropriação das classes populares dos instrumentos, meios e mediações que vem servindo à exploração e ao capital.

Cabe aqui uma especial atenção ao que Carla Barros denominou de “distinção na rede”. Criticando a visão de Pierre Lévy, que na concepção da autora, enxerga a internet como um espaço utópico, ela apresenta seu estudo sobre a “favelização do Orkut”. Nos materiais por ela elencados, chamamos atenção para o seguinte post:

Grande parte da descaracterização do Orkut, deve-se à tão falada “inclusão digital”. Graças as casas Bahia e Insinuanes da vida, conseguimos comprar PC's por R\$700,00. Em comunidades carentes pipocam lan houses que cobram entre 1 e 2 Reais a hora, Sendo assim, os privados de educação não estão mais privados de tecnologia. Portanto temos o mais novo problema sócio-político-econômico: A FAVELIZAÇÃO DO ORKUT! (BARROS, 2011, p.117)

Mesmo se optarmos por adotar a concepção limitada de inclusão digital como acesso à internet, percebemos na manifestação analisada por Barros, que a simples presença das classes populares nas redes sociais, manifestando suas experiências e modo de ser, geraram incômodos que a autora analisa a partir da noção de distinção. O “pipocar de lan houses nas favelas” vem impondo a presença, ainda que restrita ou limitada, de setores populares no mundo virtual, e esta realidade carrega uma importante possibilidade de desembocar em mudanças: culturais, sociais e estéticas.

### **Bem mais que um ponto de acesso à internet: padronizações e escapes nas lan houses**

Muitas vezes, quando apresentávamos nossa pesquisa no meio acadêmico, tínhamos que explicar o que era “uma lan house”. Por mais detalhada e ampla que fosse nossa apresentação, em geral o entendimento era: “casa de jogos” ou, quando conseguíamos ampliar, “ponto de acesso pago à internet”. Nosso acompanhamento das lan houses do Freitas e do Wagner confirmam essas características do estabelecimento, no entanto, revelam em seu cotidiano muitos outros usos, silenciados e desvalorizados por visões preconceituosas e taxativas desse espaço.

Nesse item, referenciando-nos nas contribuições de Jesús-Martin Barbero (2006) sobre os meios de comunicação e suas mediações, E. P. Thompson (1981) acerca da centralidade do conceito de experiência, e Milton Santos (2006) no que tange as possibilidades da apropriação das classes populares dos instrumentos que antes pertenciam às classes dominantes e que no contexto da globalização – pela própria demanda do capital – foram democratizados, traremos cenas do cotidiano que vivenciamos.

Optamos pela narrativa dos episódios vivenciados ou relatados pelos interlocutores de nossa pesquisa de doutorado<sup>4</sup>. Queremos dar especial atenção a cenas que confirmaram nossa hipótese da lan house como bem mais do que um ponto de acesso à internet, trazendo de maneira mais explícita o papel social desses estabelecimentos.

Chamamos a primeira cena de “Lan house politizada”. A lan house de Freitas nos foi indicada e apresentada por dois militantes de Acari. Logo nos contatos iniciais, percebemos sua visão bastante crítica às desigualdades sociais e ao siste-

ma capitalista. Nos “papos” antes e após o gravador ser desligado, o dono da lan house que investigamos nessa favela da zona norte nos relatava sua participação no movimento de reivindicações dentro da Guarda Municipal da cidade do Rio e sua experiência como candidato a vereador pelo Partido dos Trabalhadores (PT).

Nossas conversas eram sempre marcadas por sua preocupação de que os frequentadores da lan house deveriam ter informação, acompanhar mais a política e se informar sobre seus direitos. Nos seus planos, Freitas dizia

F – Que o meu objetivo aqui, mesmo, mesmo, com o negócio da lan house, era ter um horário pra lan house e um horário pra estudante, né? Os estudantes se tivessem tirando boas notas e tal, entendeu? Mas esse não é, é mais pra frente, quando a minha filha terminar, a gente tentar ensinar informática, né? Ensinar a navegar, ensinar os sites de pesquisa, como é que faz uma pesquisa escolar e tal, tudo isso, entendeu? Mostrar a eles os sites governamentais, como você faz pra mandar um email pro ministro, como você acessa o site da câmara, sei lá, do senado, como que eu mando um recado pra um político, tudo isso. (Entrevista com Freitas. Acari. 27.06.2009)

Destacamos aqui a dicotomia entre lan house e estudo que Freitas acaba por reproduzir, pois segundo ele, gostaria de ter “um horário para lan house e pra estudante”. A díade estudos x diversão, se atualiza também na fala do dono da lan house, indicando a permanência de uma concepção conservadora e restrita sobre aprendizado.

A preocupação de Freitas não estava presente apenas em seu discurso. Ao repararmos que nas paredes da lan

house havia alguns cartazes sobre votações de projetos por vereadores do município do Rio, perguntamos qual seria seu objetivo colando essas informações. Assim ele respondeu:

F – É justamente isso, né? Porque a partir do momento que o pessoal vai tendo uma informação daquela ali, né, ele já tá sentando já no computador, já tá acessando já a lan house, ele vai, né, porra, muitos vão querer ‘pô, vão ver se é verdade’ que aí pô ‘Freitas, que é isso aqui?’ ‘ó tá na Internet, hein’. E o objetivo é esse, tentar trazer o pessoal pro campo político também, entendeu? Não é só ganhar dinheiro, não é nada, nada. O pessoal, eu vejo, aqui, eu conheço, que eu tentei atingir as pessoas, né, de outra forma, não deu certo, vou tentar dessa agora.

P – Através da informação? Através da Internet?

F – Através da informação. Uma pessoa bem informada, como eu falo sempre pra minha filha, pro meu filho, né, que informação é fundamental, conhecimento, cara é uma coisa que tu vai carregar pro resto da tua vida, entendeu? Negócio de dinheiro, essas coisas, isso aí acaba, mas a informação nem o burguês não consegue tirar, tá aqui na cabeça, entendeu? Você saber dos seus direitos. A gente tem que endireitar muita coisa aí, e o pessoal não sabe, entendeu?

(Entrevista com Freitas. Acari. 27.06.2009)

Por diversas vezes, em nossas visitas, observamos a televisão da lan house ligada em jornais, enquanto os usuários estavam conectados jogando, conversando nas redes sociais, vendo vídeos ou realizando qualquer outro tipo de ação. Porém, vez por outra, alguém se virava, olhava para a TV, prestando atenção àquilo que, por algum motivo, lhe interessou. A informação nessa lan house está: nas falas constantes

do Freitas, nas paredes, na TV ligada e na própria internet acessada pelo usuário.

Com o intuito de conseguir mais informações técnicas sobre a estrutura da lan house, perguntamos a Freitas se os seus programas de computador eram originais. A partir desse *start*, ele dispara:

F– É, isso é caro quando é original, que eu acho que esse daí, eu não sei se é original, também não procurei saber, né? É, inclusive o pessoal da civil teve uma semana aí que teve aqui, até falou ‘pô, cara, tá usando, tem negócio pirata e coisa’. Falei: ‘cara, eu não tenho condições de comprar, tendeu? Agora eu tenho, tô ganhando dinheiro? Tô. Não tô ganhando lá essas coisas, tendeu? Agora eu tenho que levar informação também pro pessoal, cara.’ As pessoas explicando lá na delegacia, eles falaram que teve uma denúncia que o meu computador era roubado, eu levei minha nota fiscal porque eu não compro NADA de viciado, NADA aqui. Tendeu? Incentivar o pessoal a se drogar, essas coisas, porque o objetivo aqui é justamente ao contrário, né? É fazer o contrário que a elite quer fazer com a gente. Que a elite quer isso, né? A época dos Panteras Negras, né? Que até um amigo meu que é professor de história pediu pra eu assistir, ele falou ‘pô, já que você gosta desse negócio de política e tal, você assistia que o pessoal jogava droga lá no gueto e tal, pra tentar manter o pessoal meio que alienado e esquecer, né, esquecer os problemas lá, que o governo impunha pra eles. Aí o que eu tô fazendo é dissidente, tá levando informação e tentar mostrar pra molecada que a gente vence na vida só através do estudo, não tem outra. Não tem outra, entendeu? Não adianta querer parar de estudar pra querer trabalhar e achar que vai ficar rico... não vai não, entendeu? É através do estudo que você vai melhorar de vida. Que

aí você vai passar a exigir coisas que você não sabia que tinha direito, essas coisas todas.

(Entrevista com Freitas. Acari. 27.06.2009)

Ligando a questão da pirataria a uma discussão sobre o sistema e aos interesses econômicos das classes sociais, Freitas, indiretamente, aproxima suas ações às do movimento Panteras Negras nos EUA. Revolucionários na década de 1960 lutavam, de maneira violenta inclusive, para garantir os direitos dos negros nos guetos estadunidenses. Talvez compreendendo a informação como arma bastante letal em nosso período histórico, Freitas defende a sua democratização, como podemos observar.

P – Por exemplo, aqui, você falou dessa questão, que é uma questão que tá cada vez mais na mídia, né? A pirataria, uma criminalização, que não discute na verdade uma democratização...

F – Só que esse negócio da pirataria, eu, como guarda, eu não sou tão contra não, cara.

P – Como assim?

F – Eu não sou contra, não. Sabe por quê? Porque eles põem, eles vão fazer um dvd, né, qual o cidadão de comunidade que tem condições de pagar quarenta, cinquenta reais? Então eles já fazem uma coisa já elitizada, tendeu? É justamente pra segregar, mesmo. Não é pra pessoa ter acesso, mesmo. O povo não tem acesso. É tipo a internet, que eu vejo. A internet dentro da comunidade não é viável, porque se você botar internet em todas as comunidades, né, lá no Dona Marta colocaram porque a mídia tá lá agora, direto, presente, entendeu? Então não tem como, eles têm que botar mesmo, lá, né? Porque o povo já tá buscando já informação, eles veem o que tá havendo na comunidade, né, através dos jornais essas coisas, tá havendo pressão, né, de outros

organismos internacionais e tal, né, em cima do governo...

(Entrevista com Freitas. Acari. 27.06.2009)

Não é à toa que, ao emitir sua opinião sobre a pirataria, Freitas o faz conjuntamente com observação “eu como guarda”, visto que a Guarda Municipal carioca nos últimos anos tem se caracterizado pela truculência com os comerciantes informais, muitos deles vendedores de produtos “piratas”. Em nossas conversas, Freitas falava de maneira superficial sobre os problemas que ele enfrentou na corporação, por discordar das condutas que deveriam ser implementadas. Como ele mesmo afirma, ele é um “um pouco revoltado”.

F – Eu sou diferente, eu sou um pouco revoltado com a situação do sistema, já arrumei muita briga.

P – Como assim revoltado?

F – Assim, já arrumei muita briga na Guarda Municipal. Por não concordar com as coisas ali, tá entendendo? Porque as pessoas tão ali, não tão roubando, tão vendendo a mercadoria delas, pagaram imposto por aquela mercadoria... por que eu tenho que ir lá e tirar aquilo do cara?

(Entrevista com Freitas. Acari. 08.06.2009)

Para as teorias conservadoras, Freitas poderia ser visto como um doutrinário que faz do espaço da lan house um palanque político. Algumas leituras de esquerda poderiam interpretá-lo como secretário e um tanto quanto afeito às regras e ordens. Nós, partindo da premissa de que toda ação é política, compreendemos o dono da lan house de Acari como um sujeito político de seu tempo, que percebe e compartilha com aqueles que estão a sua volta (amigos, familiares, usuários da lan house, e/ou a “pesquisadora da faculdade”) as contradições e desigualdade que

observa no mundo em que vive.

“Quando o tiro come na favela”, esse é o nome de nossa segunda cena que também se passa na lan house em Acari. É importante lembrar ao leitor da Política de Segurança Pública carioca adotada para regiões não pacificadas e na zona norte, como a favela de Acari. Incurções surpresas marcadas por tiroteios fazem do cotidiano dos moradores do local uma constante insegurança.

Nesse território, Freitas adota regras específicas para tornar as idas à lan house, dentro do possível, mais seguras.

F – Mas quando sai tiro, o que que eu faço ? Ninguém sai, ninguém entra aqui. Eu tranco o portão, entendeu? Aí, algumas mães que têm o telefone daqui ligam, que não são todas, dá uma ligada e tá, ou vem aqui, né, pra perguntar e vê que o portão tá trancado e se sente até melhor, né? Que eu tranco pra não deixar... e aviso. Igual essa semana, a mãe dele, não foi, Eduardo<sup>5</sup> A mãe dele ligou pra ele, o tiro comendo lá fora pra eles dois, o irmão dele que tá lá e ele, ir pra casa e eu falei: “Não, negativo cara, fala aí com a tua mãe no telefone aí que tu não vai embora não.”

P – Tá aqui dentro, tá tranquilo?

F – Não vai embora. Aí ele: “O Freitas não tá deixando não e não sei o que...” Aí depois ela veio e eu falei com ela. Eu falei com ela ali, ela veio buscar ele e eu falei com ela. “Me desculpa, mas eu falei com ele que não era pra ir não.” Entendeu? Eu ia, eu ia me sentir culpado depois se acontecesse alguma coisa com eles, né?

(Entrevista com Freitas. Acari. 12.10.2012)

Infelizmente Freitas não pode, ao menos diretamente e de imediato, alterar a orientação da polícia carioca. Assim, os

tiroteios repentinos continuarão a acontecer em Acari, tornando um simples caminho da lan house para casa um trajeto perigoso, pois, como sabemos, nas entradas policiais nas favelas do Rio, “se atira primeiro e pergunta-se depois”. Nessa conjuntura de insegurança, a lan house é um espaço um pouco mais protegido, sobretudo, com as regras adotadas por Freitas.

“O assistente social, pai e conselheiro” é o título que demos para a terceira cena. Nela, três episódios misturam-se, já que ao nos relatar o primeiro durante uma entrevista realizada na lan house, Freitas nos apresentou os dois personagens das histórias seguintes. A pergunta era sobre as regras da lan house e se ele já havia expulsado alguém do estabelecimento. A isso, o dono da lan house de Acari detalha:

F – E a gente, donos de lan house, eu pelo menos, não sei se os outros pensam assim, eu já expulsei até um menino daqui. Que eu corri atrás, né. Com esse menino, descobri que ele não tava estudando, fechei a lan house dois dias, fui lá no Méier, consegui pegar o histórico escolar dele, fui na CRIA<sup>6</sup>. Então, até me surpreendeu quando eu soube o nome do pai dele, que é Freitas! Quando a diretora falou, eu tomei até um susto, né? E avó dele trabalha de camelô aqui em frente ao hospital. Consegui arrumar uma escola pra ele no meio do ano, que é uma coisa difícil. Conversei com o pessoal da CRIA, coloquei lá, que é essa nova escola que foi criada aí pelo Eduardo Paes. Aí ganhou camisa, ganhou calça, ganhou...

P – Quantos anos têm o menino?

F – Ganhou tudo! Quatorze anos, treze, treze, quatorze anos. Então eu consegui só que o garoto, descobri que o garoto não foi! Primeiro dia era sexta-feira, fui no conselho tutelar e tudo, né, providenciar certidão de nascimento pra ele, porque a mãe foi embora, né, fugiu com o padrasto, né, que tinha um filho

com o padrasto. O pai, ninguém sabia onde tava, que o pai é de um movimento<sup>7</sup>, não sei da onde, entendeu? Aí consegui arrumar a escola pro garoto, aí descobri que ele não foi na sexta-feira. Quando eu descobri que ele não foi na sexta-feira, descobri que ele tava online no jogo, eu conversei com ele: “aqui você não entra mais!”. E depois encontrei ele no hospital, junto da vó dele, falei com a vó dele, “eu não quero mais você na minha lan house, a minha lan house não é lan house pra formar bandido nem nada, lá eu quero crianças, né, tudo bem, vai brincar? Vai brincar! Mas que esteja estudando, entendeu? Lá eu não tô preocupado com o dinheiro, eu tô preocupado com o futuro deles, também. Não é só com o dinheiro!”  
(Entrevista com Freitas. Acari. 22.07.2012)

Freitas inicia seu relato com uma generalização em relação aos donos de lan house, indicando que teriam uma preocupação com o estudo de seus frequentadores. Nesse momento relembramos algumas falas do Encontro Estadual com donos de lan house, atividade realizada no Campus Rio de Janeiro do IFRJ, local onde uma das autoras do artigo trabalha e desenvolve a pesquisa juntamente com bolsistas de iniciação científica.

O evento, que foi realizado conjuntamente com a Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital (ABCID), o Centro de Tecnologia e Sociedade da FGV Direito Rio e o Instituto Over Mundo, teve como centro a discussão sobre os passos após a revogação da lei que proibia lan houses a menos de 1 km de escolas. Ao se manifestarem, grande parte dos donos de lan house presentes falam de como eles se preocupam com o estudo, orientam trabalhos, incentivam o desempenho escolar de seus frequentadores. Declararam “injusta” essa lei que via na lan house algo contra a escola.

## Cartaz do Encontro com donos de lan

**Encontro com donos de lan houses**  
**Revogamos a lei de 1km e agora?**

**Inclusão Social**      **(In)Formação**  
**Diversão**      **Cultura**  
**Sociabilidades**      **Educação**

**Data: 04 de junho**  
**Horário: 13h**

**Local: Auditório do campus Rio de Janeiro**  
**Endereço: Rua Senador Furtado, 121, Maracanã**

**Organização:**  
- IFRJ - campus Rio de Janeiro  
- Centro de Tecnologia e Sociedade da Faculdade de Direito da FGV Rio  
- Overmundo  
- Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital

Em nossas observações do seminário, registramos falas que relatavam premiações, com horas de acesso, aos frequentadores com melhor desempenho escolar. Uma dona de lan house afirmou: “Se eles mostrarem o boletim com vários dez e nove, eu dou, assim, uma hora de brinde”. Na cena formulada a partir do relato trazido por Freitas, identificamos não apenas o incentivo, mas toda uma preocupação em acompanhar o passo a passo para que o menino voltasse a estudar, o que implicou inclusive, como ele relata, em dois dias da lan house fechada.

Desempenhando um papel, a nosso ver, de assistente social, que orienta sobre os caminhos a serem dados para conseguir documentos, matrícula etc., o dono da lan house de Acari não apenas indicou o caminho do que deveria ser feito, mas fez junto. E, ao não identificar o

retorno esperado, expulsou o menino da lan house, a nosso ver, como um pai que castiga o filho.

O episódio relatado também nos leva a refletir sobre a normatividade que se faz presente na fala dos donos de lan house. É recorrente a visão de valorização ao estudo e disciplinarização, herdeiras da crença de que o estudo levará a uma melhor condição de vida. Nesse contexto, assistimos aos donos de lan house tendo práticas que julgamos moralizantes como proibir palavras e expulsar o menino que não quis estudar, como ocorreu no episódio descrito por Freitas.

Com isso assistimos na fala dos donos de lan house, a atualização de um discurso hegemônico que desqualifica as práticas da juventude popular. O funk, os jogos, as redes sociais e o chamado “en-

tretenimento em geral” é visto como um “mal necessário” à sobrevivência econômica do estabelecimento.

Lembramos aqui da banca de seleção de projetos culturais que participamos na Secretaria de Estado e Cultura do Rio de Janeiro. O objetivo era selecionar projetos de cultura digital e alguns donos de lan house foram aprovados para participar da segunda etapa, que era uma entrevista ao vivo.

Neste momento foi absolutamente recorrente a fala dos donos de lan house que afirmavam não querer que seu estabelecimento fosse utilizado somente para jogos, facebook e diversão em geral, demandando “ações educativas”. Com isso fica patente a reprodução de uma visão que não compreende a dimensão educativa e as possibilidades de aprendizado nas ações de entretenimento/diversão.

Ainda exemplificando os aspectos disciplinadores do discurso dos donos de lan house, trazemos outro relato de Freitas, cujo personagem estava presente na lan house na hora da entrevista e foi confirmando o “causo” à medida que Freitas o indagava.

Esse caso tratava de um menino de 15 anos que, ao dizer que iria estudar à noite para trabalhar de dia, foi advertido pelo dono da lan house, que, segundo o próprio, manifestou-se dizendo:

F – negativo, tu não vai trabalhar à noite, tu tá passando fome? Primeiro ano! aí queria parar de estudar pra poder estudar à noite e trabalhar. Eu falei, “tu não vai conseguir fazer isso! Então, eu falei o seguinte: “teu pai e tua mãe têm a obrigação de te alimentar, cara, então você vai voltar a estudar de dia”. E eu acho que tá, num tá, ô?

(O menino em questão confirma que sim)

F – Continuou, largou esse negócio de trabalho. Eu falei que eu, o que vai

manter, o que vai tirar ele da miséria, ele pode até morar na favela, ser um advogado, ser um grande engenheiro, tá morando na favela, mas tem uma condição de vida melhor! Entendeu? E é o estudo que vai fazer isso, não é o trabalho! Ele vai trabalhar, trabalhar, trabalhar! Não é o trabalho! Entendeu? Que faz isso é o estudo! Aí ele me ouviu e tá aí. Então, a intenção é essa, sempre tá orientando.

(Entrevista com Freitas. Acari. 22.07.2012)

Identificamos aqui uma atuação de Freitas como conselheiro ou, como ele mesmo identifica, como “orientador” do frequentador da lan house no que tange a algumas escolhas da sua vida profissional e escolar. Em nosso trabalho de campo, percebemos que sua figura, alto, forte e de voz impositiva, ao mesmo tempo que garantia o respeito dos frequentadores, conquistava a confiança dos mesmos, abrindo espaço para ações como as que acabamos de relatar.

O tom das “orientações” caminhava entre a contestação das desigualdades sociais, aspecto sempre presente nas falas de Freitas, e a reprodução do discurso hegemônico de crença na ascensão via estudos, desconsiderando as desigualdades estruturais, como escolas públicas sem professores ou condições de estudo e trabalho adequadas para uma boa qualidade de ensino. Assim, ao mesmo tempo que questiona o sistema capitalista, Freitas busca incluir, ainda que de forma crítica, os jovens clientes de sua lan house nesse mesmo sistema capitalista.

Porém, o “ócio”, o “entretenimento” e o consumo podem apresentar dimensões de resistência antes não pensadas e ou planejadas. Como afirma Lipovetsky, o consumo associado a experiência nos demanda outros prismas de análise, compro não so-

mente para o exibir para outrem, mas para me constituir, sentir-me completo.

Os jovens das periferias não querem somente o lugar daqueles que acessam a internet apenas para procurar cursos de formação e sub-empregos. Diferentemente disso, querem socializar, flertar, comprar... e assim, na pseudo-democracia da rede fazem surgir eventos como os chamados “rolezinhos”, transpondo para espaços físicos antes destinados as classes médias e alta (shoppings) seus desejos e práticas.

Ostentando seu consumo, adolescentes e jovens criam grupos de seguidores nas redes sociais, em especial no facebook, e transitando entre a vida *on* e *offline* agendam encontros físicos em shopping centers antes não frequentados pelas classes populares. Essa realidade nos faz retomar afirmação de Lipovetsky, que identifica “*Mesmo entre os jovens, o imaginário da igualdade democrática fez seu trabalho, levando à recusa de apresentar uma imagem de si maculada de inferioridade desvalorizadora*” (LIPOVETSKY, 2007, p. 50). Nessa recusa, os jovens de periferias marcam seus rolezinhos e ocupam espaços que, na origem, não os tinham sido destinados. Eis, como diria o geógrafo Milton Santos, uma possibilidade...

### **Favelizaram o Orkut e o facebook, agora querem os shoppings? Encruzilhadas da inclusão via consumo**

Fim-de-semana em São Paulo. Dezenas de jovens combinam um rolezinho num shopping. Entram cantando músicas do MC Daleste, um dos maiores astros do funk, brutalmente assassinado no palco enquanto fazia um show em Campinas. Crime sem esclarecimento até hoje, como os da maioria dos jovens assassinados nas periferias brasileiras. Nos últimos tempos, Daleste vinha cantando as músicas do funk ostentação. As críticas contra a

polícia e o gênero proibidão foram substituídos por letras que falam das maravilhas de uma vida vivida com muito dinheiro. Carrões, mulheres bonitas, bebidas caras, roupas de marca, motos potentes, jóias de ouro, tênis da moda são cantados, mostrando que os jovens das periferias compartilham os mesmos desejos de consumo dos outros jovens de sua geração. Para quem viveu a escassez, a possibilidade de comprar esses objetos tão desejados é um passaporte para uma outra vida, de fartura e reconhecimento.

Embora vivamos numa sociedade de consumo que estimula a associação entre a posse de bens materiais valorizados e a felicidade, a prática da ostentação, tão comum entre representantes da elite em nosso país, recebe fortes críticas quando os sujeitos dessa ação são jovens, em sua maioria negros, de periferia. E, se o funk ostentação é criticado em matérias de jornais e revistas de grande circulação, a sua expressão em forma de rolezinho causou pânico e suscitou declarações de preconceito explícito, raramente confessados em situações de “normalidade”.

Os shopping centers são ambientes protegidos. Considerados ilhas de segurança em meio ao caos da violência urbana, climatizados para criar um ambiente agradável, sem referências temporais (não há relógios), tudo é voltado para que o centro seja a mercadoria e o ato de consumir. O que fazer então com aqueles que não podem realizar seus desejos de consumo? Empresas privadas, os shoppings centers mimetizam um espaço público utópico. Todos podem entrar e desejar, ainda que nem todos possam concretizar seu desejo. Mantidos em seu devido lugar, os pobres, como serviçais ou transeuntes dóceis, podem entrar. Ostentando a potência de seus desejos e um orgulho periférico que se traduz no funk cantado coletivamente como grito identitário, tornam-se ameaças. E ameaça não somente à propriedade estrito senso

ou à integridade física dos frequentadores, mas ao próprio sistema-shopping, baseado, como dissemos, numa utopia que cria um ambiente protegido para que a mercadoria reine absoluta.

“Não podemos nem comer nossa picanha em paz”, “por que não vão arrumar um emprego?”, “querem é roubar” foram comentários ouvidos entre frequentadores de classe média. A resposta foi rápida: interdições judiciais, multas de 10 mil reais para quem perturbasse a ordem e uma enxurrada de opiniões que iam da denúncia da alienação dos jovens pobres a sua violência constitutiva. “Especialistas”, frequentadores de classe média, donos de lojas, judiciários todos foram ouvidos. Mas pouco se ouviu da boca dos jovens que organizaram e praticaram os rolezinhos. Apesar de nada ter sido roubado, sua presença criou uma sensação de insegurança. Por quê? Seus sonhos de consumo são amplamente compartilhados em nossa sociedade. Por que então considerá-los especialmente alienados? Por que entendê-los como desocupados (“por que não arrumam emprego?”) se o estar desocupado é visto como algo normal entre adolescentes de classe média?

Essas perguntas estabelecem cortes de classe e fronteiras raciais que se explicitaram num episódio conflituoso. E o conflito se estabeleceu com base em formas de ressignificar o consumo, incluindo na festa aqueles que são excluídos por desigualdade de renda. Se o consumo também engendra formas de sociabilidade, o desejo de consumo pode ser sublimado na espetacularização de uma falta. Como alegoria, o consumo faltante recria uma cidadania falha e uma escassez de direitos que torna uma brincadeira adolescente o anúncio do fim dos tempos.

Acusados de “favelizar” o antigo Orkut e depois o Facebook, agora os jovens das periferias importunam a classe

média impondo sua presença nos shoppings centers. O paradoxo é que os organizadores e participantes dos rolezinhos caracterizam-se por serem áduos consumidores. Tênis, roupas, acessórios dentre outros são marcas de pertencimento do grupo, tais artigos, por vezes foram comprados nos mesmos shoppings centers em que esses jovens foram proibidos de entrar. O problema é que agora eles estavam juntos, e juntos, em seus grupos marcadamente periféricos, causam medo, ojeriza e pavor da classe média. Percebemos aí a inclusão (de)limitada desses sujeitos na sociedade do consumo.

### Considerações Finais

No espaço deste artigo pretendemos tecer algumas reflexões sobre práticas de consumo, sobretudo nas juventudes, bem como os sentimentos conservadores evocados por tais práticas. O discurso hegemônico de inclusão foi analisado sobre a ótica da inserção num sistema desigual.

A disseminação das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (N'TIC's) fez seu papel de ampliação do consumo, porém, diferentemente do propagandeado, não minimizou os distanciamentos de classe e segregações. A nosso ver, tais inovações tecnológicas ao invés de minimizar e/ou desaparecer com as hierarquias de classe, ao contrário, vem recrudescer com essas distinções.

O discurso pseudo democrático da rede limita-se a prática de consumo à distância, cada um em seu computador, consumindo mas sem importunar a classe média e média alta. Quando tal arranjo se desfaz, como no episódio dos rolezinhos, inclusive o direito de consumo é questionado. Abordado como absurdo os rolezinhos, a nosso ver, não passam de uma experiência juvenil extremamente de acordo com a juventude atual.

A questão que se coloca então é: De que inclusão estamos falando? Diferentemente do desejado, os jovens encontram sua própria maneira de lidar com a rede. Criando espaços, como no caso dos rolezinhos, essa juventude vai marcando e conhecendo as capitais.

## Bibliografia

BARROS, Carla. Reflexões sobre entretenimento, educação e distinção em contextos de "inclusão digital". In: FERRAZ, Joana Varon ; LEMOS, Ronaldo. *Pontos de Cultura e lanhouses: estruturas para a inovação na base da pirâmide social*. Rio de Janeiro: Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas, 2011.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994. – Obras escolhidas volume 1.

CAMPBELL, C. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

CARVALHO, Olívia. B. de M. *Jogar, encontrar ou espalhar o currículo por aí: uma etnografia na lanhouse e no telecentro*. Dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2010.

ECO, U. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2006.

ENNE, A. L. À perplexidade, a complexidade: caminhos para pensar a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas. *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, v.3, p.11-28, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Trad. de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2006.

PASSOS, Pâmella S. *Lan house na favela: cultura e práticas sociais em Acari e no Santa Marta*. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Departamento de História, 2013.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

THOMPSON, Edward P. *A miséria da teoria ou um planetário de erros: uma crítica ao pensamento de Althusser*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981

---

1 Doutora em Antropologia Social pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social/Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro (2002), com pós-doutorado pela mesma instituição (2008-2009). É professora do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social/Museu Nacional/UFRJ. Contato: adriana.facina2@gmail.com

2 Doutora em História pela Universidade Federal Fluminense (2013) e pós-doutoranda em Antropologia Social no Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (2014-2016). É professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ).

3 AABCID é a associação de lanhouses no Brasil, maiores informações no site <http://www.abcid.org.br/> Acesso em 19/03/2014.

4 Nota do editor. Trata-se da pesquisa que resultou na obra a seguir: PASSOS, Pâmella S. *Lan house na favela: cultura e práticas sociais em Acari e no Santa Marta*. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Departamento de História, 2013.

5 Pseudônimo. Eduardo também participou das oficinas que realizamos.

6 Não identificamos exatamente qual seria a instituição, mas pela sigla e o contexto apresentado, nos pareceu algo ligado à Infância e Adolescência.

7 Gíria ligada a envolvimento com tráfico de drogas.