



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ABC



CONECTIVIDADE E INCLUSÃO DIGITAL PARA SÃO PAULO

# FORMAS DE USO DA INTERNET PELOS MORADORES DE SÃO PAULO - 2015

RELATÓRIO R5 – VERSÃO 2 - PADRÕES DE USOS E EMPREGOS DOS  
RECURSOS DE CONECTIVIDADE EXISTENTES APÓS A ABERTURA DO  
SINAL POR MEIO DA POLÍTICA PÚBLICA WiFi LIVRE SP NA  
CIDADE DE SÃO PAULO

Prof. Sérgio Amadeu da Silveira, UFABC (coordenador)

Santo André, Dezembro de 2015.



## **Conectividade e Inclusão Digital para São Paulo**

### **Coordenador**

Prof. Dr. Sérgio Amadeu da Silveira – CECS/UFABC

### **Pesquisadores Principais**

Prof. Dr. Claudio Luis de Camargo Penteadó – CECS/UFABC

Prof. Dr. Carlos Alberto Kamienski – CMCC/UFABC

### **Colaboradores**

Paulo Roberto Elias de Souza

Renata Faleiros Camargo Moreno

Waleska Barbosa da Silva

Ariane de Andrade Quinalha

Juliano Ratusznei

Geovane Oliveira de Sousa

Felippe Gallo Costa Gomes

Gustavo Frazato Mobrince

Henrique Vander Galdino dos Santos

Isadora Castanhedi

Jonatas Silveira de Souza

Julia Moreno Rosin

Ligia Machiavelli de Lima

Luana Hanaê Gabriel Homma

Lucca Amaral Tori

Nilton Queiroz Pinheiro

Rafael Akio de Miranda Pinto

Raul Iago Ataide de Souza Melo

Wesley de Oliveira



## RESUMO

O presente relatório (R5.2) da pesquisa “Conectividade e Inclusão Digital para São Paulo” tem como objetivo apresentar os dados gerais relativos à pesquisa de campo para analisar as formas de uso da internet pelos moradores de São Paulo após a implementação da política pública “WiFi Livre SP” entre 2014 e início de 2015.

Nesta etapa, a equipe de pesquisadores retornou à região do entorno de 10 praças atendidas pelo serviço de Wi-Fi Livre da Prefeitura Municipal de São Paulo para analisar as formas de uso da internet após a abertura de sinal.

Este relatório está estruturado em uma breve apresentação, a metodologia adotada (com a definição da amostra e questionário), o resumo executivo com o perfil dos entrevistados e principais números da pesquisa. Ao final, são apresentadas as tabelas todas as tabelas gerais nas quais foram baseadas a análise.



## RELATÓRIO R5.2: FORMAS DE USO DA INTERNET PELOS MORADORES DE SÃO PAULO - 2015

Resultado 5.2 (R5.2): Relatório com padrões de usos e empregos dos recursos de conectividade existentes após a abertura do sinal por meio da política pública “WiFi Livre SP” na cidade de São Paulo – SP

### **Serviço WiFi Livre SP: Conhecimento, qualidade do sinal e formas de usos**

#### **SUMÁRIO**

<b>APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>1. METODOLOGIA.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1. Questionário .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2. Definição de amostra e seleção das praças .....</b>	<b>18</b>
<i>Quadro 01: Praças escolhidas para pesquisa de campo .....</i>	<i>21</i>
<b>2. RELATÓRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1. O perfil da população entrevistada .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2. Comportamento na internet .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3. Efeitos políticos do uso da internet .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4. Efeitos educacionais do uso da internet.....</b>	<b>27</b>
<b>2.5. Efeitos culturais do uso da internet.....</b>	<b>27</b>
<b>2.6. Efeitos econômicos do uso da internet .....</b>	<b>28</b>
<b>2.6.1. Segurança na internet.....</b>	<b>29</b>



2.6.2. <i>Percepções sobre a pirataria</i> .....	30
<b>2.7. Mudanças nos usos e empregos da internet após a abertura do sinal de WiFi nas praças de São Paulo: análise comparativa.....</b>	<b>30</b>
<b>3. ANEXOS: Tabelas de Dados e Questionário .....</b>	<b>32</b>
<b>3.1. Perfil dos Entrevistados .....</b>	<b>32</b>
<i>Tabela 01: Distribuição de entrevistados por praça.....</i>	<i>32</i>
<i>Tabela 02: Distribuição de entrevistados por macrorregião.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabela 03: Distribuição de entrevistados por gênero.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabela 04: Distribuição de entrevistados por raça.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabela 05: Distribuição de entrevistados por idade .....</i>	<i>36</i>
<i>Tabela 06: Distribuição de entrevistados por Estado Civil.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabela 07: Distribuição de entrevistados por nível de escolaridade.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabela 08: Distribuição dos entrevistados por renda familiar.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabela 09: Atividade Econômica / Condição de Trabalho dos entrevistados .....</i>	<i>40</i>
<i>Tabela 10: Entrevistados que frequentam a praça do bairro .....</i>	<i>41</i>
<b>3.2. Frequências e Formas de Uso da Internet.....</b>	<b>42</b>
<b>3.2.1. Uso da Internet.....</b>	<b>42</b>
<i>Tabela 11: Entrevistados que utilizaram a internet no último mês.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabela 12: Percentual de entrevistados que não utilizaram a internet no último mês, mas já utilizou a internet.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabela 13: Motivos de nunca ter utilizado a internet .....</i>	<i>42</i>
<i>Tabela 14: Frequência de uso diário da internet (usuário frequente).....</i>	<i>43</i>
<i>Tabela 15: Frequência de uso semanal em horas da internet (usuário esporádico).....</i>	<i>43</i>



<i>Tabela 16: Dispositivos utilizados pelos entrevistados para acessar a internet .....</i>	44
<i>Tabela 17: Locais nos quais os entrevistados acessam a internet .....</i>	44
<i>Tabela 18: Entrevistados com internet em domicílio e tipo de conexão .....</i>	45
<i>Tabela 19: Utilização de WiFi em domicílio pelos entrevistados .....</i>	45
<i>Tabela 20: Utilização de WiFi em locais públicos pelos entrevistados .....</i>	46
<i>Tabela 21: Locais públicos em que os entrevistados utilizam WiFi .....</i>	46
<i>Tabela 22: Utilização de celular para acessar a internet .....</i>	47
<i>Tabela 23: Utilização de tecnologia 3G / 4G para acessar a internet .....</i>	47
<i>Tabela 24: Utilização de WiFi para acessar internet no celular .....</i>	47
<b>3.2.2. Comportamento na Internet.....</b>	<b>48</b>
<i>Tabela 25: Utilização da internet por atividade desenvolvida .....</i>	48
<i>Tabela 26: Plataformas e Serviços Utilizados na Internet.....</i>	49
<i>Tabela 27: Plataformas e Serviços mais utilizados pelos entrevistados .....</i>	50
<i>Tabela 28: Cadastro em serviço ou plataforma na internet no último mês .....</i>	50
<i>Tabela 29: Entrevistados que tem ajuda frente a dificuldades na internet. De quem recebe ajuda... .....</i>	51
<i>Tabela 30: Sistemas Operacionais utilizados pelos entrevistados.....</i>	52
<i>Tabela 31: Navegadores utilizados pelos entrevistados para acessar a internet .....</i>	52
<i>Tabela 32: Importância da internet na vida dos entrevistados .....</i>	53
<i>Tabela 33: Frequência de comunicação com amigos com a internet .....</i>	54
<i>Tabela 34: Frequência de comunicação com familiares com a internet.....</i>	54
<i>Tabela 35: Frequência de comunicação com contatos profissionais com a internet.....</i>	54
<i>Tabela 36: Frequência de comunicação com contatos afetivos com a internet.....</i>	54



<b>3.2.3. Efeitos Sociais do Uso da Internet.....</b>	<b>55</b>
<i>Tabela 37: Entrevistados que já conheceram pessoas pela internet.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabela 38: Dos entrevistados que já conheceram pessoas pela internet, percentual que mantém contato com alguma dessas pessoas.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabela 39: Dos entrevistados que já conheceram pessoas pela internet, percentual que se encontrou pessoalmente com alguma dessas pessoas.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabela 40: Utilização de redes sociais de encontros/namoros pelos entrevistados.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabela 41: Percentual de entrevistados que buscaram ajuda e/ou orientação para resolução de problema pessoal.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabela 42: Tipos de páginas e/ou portais em que os entrevistados buscaram ajuda e/ou orientação para resolução de problemas pessoais.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabela 43: Percentual de entrevistados que participaram de algum evento convocado através de redes sociais.....</i>	<i>57</i>
<b>3.2.4. Efeitos Políticos do Uso da Internet.....</b>	<b>58</b>
<i>Tabela 44: Percentual de entrevistados que utilizam a internet para enviar informações sobre política.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabela 45: Ferramentas utilizadas pelos entrevistados para enviar informações sobre política.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabela 46: Percentual de entrevistados que recebe informações políticas pela internet.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabela 47: Ferramentas pelas quais os entrevistados recebem informações sobre política.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabela 48: Percentual de entrevistados que costumam repassar as informações políticas que recebe via internet.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabela 49: Percentual de entrevistados que acompanham alguma liderança política em redes sociais.....</i>	<i>60</i>



<i>Tabela 50: Percentual de entrevistados que participaram de manifestações políticas convocadas pela internet .....</i>	<i>61</i>
<i>Tabela 51: Entre os que participaram, percentual daqueles que compareceram a mais de uma manifestação .....</i>	<i>61</i>
<i>Tabela 52: Entre os que participaram, percentual daqueles que conheciam os organizadores da manifestação.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabela 53: Percentual de entrevistados que organizaram manifestações políticas pela internet ..</i>	<i>62</i>
<i>Tabela 54: Percentual de entrevistados que começaram a participar de comunidades de discussão e/ou ação política via internet .....</i>	<i>62</i>
<i>Tabela 55: Percentual de entrevistados que começaram a participar de atividades políticas fora da internet no último ano.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabela 56: Participação de atividades políticas fora da internet, por tipo de atividade .....</i>	<i>63</i>
<i>Tabela 57: Percentual de entrevistados que começaram a participar de votações/consultas políticas na internet no último ano.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabela 58: Percentual de entrevistados que assinaram abaixo-assinados e/ou petições online no último ano .....</i>	<i>65</i>
<i>Tabela 59: Tipos de abaixo-assinados e petições online assinados .....</i>	<i>65</i>
<i>Tabela 60: Percentual de entrevistados que participaram de discussões sobre temas relevantes para a cidade no último ano.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabela 61: Participação em discussões relevantes para a cidade, por tema .....</i>	<i>66</i>
<i>Tabela 62: Percentual de entrevistados que utilizam equipamentos e/ou serviços públicos na região em que reside.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabela 63: Equipamentos e/ou serviços públicos utilizados na região .....</i>	<i>67</i>
<i>Tabela 64: Percentual de entrevistados que tem ciência de que os governos disponibilizam dados orçamentários via internet.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabela 65: Percentual de entrevistados que acessaram algum portal governamental.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabela 66: Tipos de sites e/ou portais governamentais acessados .....</i>	<i>68</i>





<b>3.2.5. Efeitos Educacionais do Uso da Internet.....</b>	<b>69</b>
<i>Tabela 67: Percentual de entrevistados que utilizam a internet para estudos .....</i>	<i>69</i>
<i>Tabela 68: Sites utilizados para estudos .....</i>	<i>69</i>
<i>Tabela 69: Percentual de entrevistados para os quais a internet influenciou a estudar mais .....</i>	<i>70</i>
<i>Tabela 70: Percentual de entrevistados que estão fazendo algum curso atualmente e tipo de curso .....</i>	<i>70</i>
<i>Tabela 71: Percentual de entrevistados que acessam a escola / universidade pela internet.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabela 72: Acesso à instituição de ensino, por tipo de atividade .....</i>	<i>71</i>
<i>Tabela 73: Percentual de entrevistados que já fez ou faz algum curso pela internet .....</i>	<i>72</i>
<i>Tabela 74: Tipo de curso realizado pela internet .....</i>	<i>72</i>
<i>Tabela 75: Percentual de entrevistados que costumam baixar livros e/ou e-books .....</i>	<i>73</i>
<i>Tabela 76: Percentual de entrevistados que consultam artigos científicos pela internet.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabela 77: Percentual de entrevistados que já utilizaram a Wikipedia.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabela 78: Utilização da Wikipedia por tipo de atividade .....</i>	<i>74</i>
<b>3.2.6. Efeitos Culturais do Uso da Internet .....</b>	<b>75</b>
<i>Tabela 79: Percepção dos entrevistados sobre maior tempo gasto com a internet em relação a outros meios de comunicação.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabela 80: Percentual de entrevistados que já disponibilizaram conteúdo na internet, por tipo de conteúdo.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabela 81: Percentual de entrevistados que costumam compartilhar conteúdo na internet, por tipo de conteúdo.....</i>	<i>76</i>



<i>Tabela 82: Percentual de entrevistados que já baixaram conteúdo na internet, por tipo de conteúdo.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabela 83: Percentual de entrevistados que conheceram grupos culturais pela internet, por tipo de grupo.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabela 84: Percepção dos entrevistados em quanto aumentou o acesso à produção cultural.....</i>	<i>77</i>
<b>3.2.7. Efeitos Econômicos do Uso da Internet .....</b>	<b>78</b>
<i>Tabela 85: Percentual de entrevistados que utilizaram a internet para procurar emprego .....</i>	<i>78</i>
<i>Tabela 86: Percentual de entrevistados que conseguiram emprego pela internet .....</i>	<i>78</i>
<i>Tabela 87: Grau de importância da internet para o trabalho atual dos entrevistados .....</i>	<i>78</i>
<i>Tabela 88: Percentual de entrevistados que conhecem os sistemas de crowdfunding e crowdsourcing .....</i>	<i>79</i>
<i>Tabela 89: Percentual de entrevistados que conheciam e contribuíram para crowdfunding .....</i>	<i>79</i>
<i>Tabela 90: Percentual de entrevistados que organizaram crowdsourcing.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabela 91: Percentual de entrevistados que já realizaram trabalho de crowdsourcing .....</i>	<i>80</i>
<i>Tabela 92: Percentual de entrevistados que ganharam dinheiro pela internet.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabela 93: Entrevistados que ganharam dinheiro pela internet, por tipo de atividade .....</i>	<i>81</i>
<i>Tabela 94: Percentual de entrevistados a internet para trabalhar em casa.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabela 95: Percepção dos entrevistados em relação à intensidade do trabalho com o advento da internet.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabela 96: Percentual de entrevistados que tiveram algum problema de segurança na internet ..</i>	<i>83</i>



<i>Tabela 97: Percentual de entrevistados que tiveram algum problema de segurança na internet, por tipo de problema .....</i>	<i>83</i>
<i>Tabela 98: Percentual de entrevistados que se preocupam com a segurança na internet .....</i>	<i>84</i>
<i>Tabela 99: Percentual de entrevistados que se tomam alguma precaução em para a própria segurança na internet .....</i>	<i>84</i>
<i>Tabela 100: Percentual de precauções tomadas pelos entrevistados, por tipo de precaução .....</i>	<i>84</i>
<i>Tabela 101: Percentual de entrevistados que se sabem o significado do termo “Pirataria” .....</i>	<i>85</i>
<i>Tabela 102: Posição pessoal dos entrevistados em relação à Pirataria .....</i>	<i>85</i>
<i>Tabela 103: Percentual de entrevistados que acham que a troca de músicas, textos e vídeos sem autorização dos autores deva ser considera crime .....</i>	<i>85</i>
<b>3.3. QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>86</b>



## APRESENTAÇÃO

A pesquisa “Conectividade e Inclusão Digital para São Paulo” é uma parceria entre a Prefeitura Municipal de São Paulo e a UFABC – Universidade Federal do ABC. O objetivo geral da pesquisa é estudar os efeitos da Internet, em suas múltiplas dimensões, na vida dos cidadãos e das comunidades atendidas pela política de abertura de sinal de rede sem fio WiFi. A pesquisa é composta por diversas etapas e procedimentos de pesquisa que têm a finalidade de gerar dados e análises para fomentar a implementação e avaliação da política pública de acesso gratuito à Internet por meio de rede sem fio na cidade de São Paulo. A pesquisa foi iniciada em junho de 2014.

O projeto WIFI LIVRE SP<sup>1</sup> da Prefeitura Municipal de São Paulo, coordenado pela Secretaria Municipal de Serviços e apoio técnico da PRODAM - Empresa de Tecnologia da Informação e Comunicação do Município de São Paulo tem como objetivo oferecer aos cidadãos o acesso livre e irrestrito a rede mundial de computadores. Em abril de 2015, a prefeitura inaugurou o 120º ponto de acesso à Internet (WiFi). Assim, em cada um dos 96 distritos da cidade há, pelo menos, uma praça onde a população tem acesso público e gratuito a internet.

Entre os meses de agosto de outubro de 2015, foi desenvolvida mais uma etapa da pesquisa “Conectividade e Inclusão Digital para São Paulo”. O objetivo geral desta etapa é realizar uma análise comparativa com a pesquisa realizada em 2014, buscando identificar as mudanças nos usos e empregos da internet ao longo de um ano, tendo como marco a abertura do sinal WiFi em 120 praças de São Paulo. Os 120 pontos do programa WiFi Livre SP cobrem todos os 96 distritos da cidade de São Paulo, distribuídos nas 5 macrorregiões Norte, Sul, Oeste, Leste e região central. Destacamos, neste relatório, o conhecimento da população entrevistada sobre a política WiFi Livre SP, sua utilização e avaliação.

Para a realização dessa análise foram utilizadas como fonte de pesquisa as informações coletadas na pesquisa de campo, por meio de um questionário estruturado e

---

<sup>1</sup> Site disponível em: <http://wifilivre.sp.gov.br/>. Acesso em: 09/10/2015.



aplicado face a face no entorno de 10 praças distribuídas nas cinco macrorregiões da cidade. Os dados foram coletados entre os meses de agosto e outubro de 2015, utilizando um aplicativo desenvolvido pela equipe de pesquisa e utilizado pela equipe de campo através da utilização de *tablets*.

Apresentamos neste relatório o questionário elaborado para esta etapa da pesquisa. Ele teve como base o questionário aplicado em 2014, uma vez que o objetivo geral desta etapa é identificar a evolução do acesso e as formas de uso da internet antes e depois da abertura de sinal. Mantendo a base do questionário, foram realizadas inclusões, alterações e exclusões de questões, para captar informações sobre dimensões cujo interesse foi suscitado a partir da primeira análise e do acompanhamento do debate público sobre a internet que se realiza na sociedade brasileira. Foi incluída ainda uma nova seção correspondente ao conhecimento, usos e avaliação da população entrevistada sobre a política de WiFi Livre SP, apresentada no Relatório 5.1 (R5.1) anterior a esse.

O presente relatório está estruturado além dessa breve apresentação, na exposição da metodologia utilizada nesta etapa da pesquisa, o processo de atualização do questionário aplicado e a definição da amostragem. Em seguida, apresentamos o relatório executivo com exposição e análise dos principais números da pesquisa, seguido da apresentação do perfil da população. Em anexo, estão as tabelas gerais elaboradas a partir dos resultados deste *survey*, separados pelas dimensões de uso da internet.



## 1. METODOLOGIA

A metodologia de análise utilizada foi a de *survey*, isto é, uma técnica de pesquisa quantitativa para captação da opinião dos entrevistados sobre determinados temas por meio de questionários, cuja amostragem servirá como base para analisar a relação entre a população residente em São Paulo e a internet de forma mais ampla. Para tanto, o questionário foi desenvolvido com perguntas sobre temas específicos, mas de forma mais abrangente possível, com o objetivo de coletar referências gerais mais comuns na utilização da rede e a opinião da população. Com a divisão em categorias analíticas, os dados obtidos pelo questionário permitem a leitura através de diferentes dimensões, conforme exposto na seção seguinte.

Sob a orientação dos coordenadores da pesquisa, a equipe de pesquisa elaborou o questionário aplicado nesta etapa, tendo como base o utilizado na etapa anterior da pesquisa (2014), o que permite alcançar o objetivo de realizar uma análise comparativa sobre os efeitos, usos e empregos da internet antes e depois da abertura do sinal por meio da política de WiFi Livre em São Paulo.

O questionário foi aplicado no decorrer dos meses de agosto a outubro de 2015 em 10 (dez) praças, nas cinco macrorregiões da cidade de São Paulo. As visitas às praças e à população local contaram com a participação das oito pesquisadoras e pesquisadores graduando da UFABC, treinados previamente e também responsáveis pelas aplicações dos questionários da etapa de 2014. Durante todo o período estes estiveram sob a supervisão de mestres e graduados. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários estruturados e aplicados face a face a partir de abordagem nas 10 praças selecionadas em que o sinal foi aberto e no seu entorno.

Para essa etapa, a equipe de pesquisa desenvolveu um aplicativo que permitiu que a coleta dos dados fosse realizada com a utilização de *tablets*, e a partir desta aplicação foi organizado o banco de dados, agilizando o processo e dando maior confiabilidade nas informações. O recurso da aplicação dos questionários em papel foi utilizado apenas em casos



de exceção e, nestes casos, a mesma equipe de campo foi responsável pela inserção destes dados no banco de dados.

A execução das entrevistas foi dividida com média de três visitas a cada praça, sendo as entrevistas nos dias úteis, no horário da manhã e tarde, e no período da manhã aos sábados, de modo a alcançar a população que trabalha em horário comercial. A equipe responsável pela aplicação dos questionários nesta segunda etapa é a mesma que realizou o trabalho na primeira etapa de 2014, possibilitando dessa maneira a participação, colaboração e apontamento de sugestões por parte desses pesquisadores na reelaboração dos questionários e no *modus operandi* da pesquisa de campo.

### **1.1. Questionário**

O questionário elaborado teve como base o aplicado na primeira etapa da pesquisa, com o objetivo de coletar informações necessárias para uma análise comparativa sobre os usos e empregos da internet pela população de São Paulo antes e depois da abertura do sinal de internet nas praças, por meio da política WiFi Livre SP.

As modificações no questionário foram da ordem de atualizações, inserções e exclusões. As atualizações foram motivadas por dois fatores. O primeiro referente aos aprendizados obtidos com realização da etapa anterior, que orientaram atualizações na forma como algumas questões eram apresentadas e a possibilidade de respostas como múltipla escolha ou como questões com apenas uma possibilidade de resposta. O segundo fator de atualização foram os novos aplicativos e ferramentas disponíveis na internet, como por exemplo, aplicativos de relacionamento e de acesso a serviços, como táxis e pedidos de refeições, que poderiam provocar diferentes efeitos nos usos da internet.

As exclusões foram motivadas, sobretudo, pelos resultados da etapa anterior, onde o resultado de algumas questões foi pouco significativo no universo da entrevista. Algumas questões tiveram alterações na forma de realização da pergunta para os entrevistados para uma melhor compreensão do enunciado, mas sem interferir no sentido e no objetivo da pergunta.



Com relação às inserções, estas foram de duas ordens: a inclusão de uma nova seção e a de novas questões. As questões inseridas foram motivadas por questões suscitadas na análise da etapa anterior, como por exemplo, sobre os efeitos políticos do uso da internet e sobre práticas de compartilhamento (essas apresentadas no relatório 5.1.).

O questionário contou assim com 87 questões, divididas em 7 categorias, conforme estrutura a seguir:

- A. Perfil da pessoa entrevistada;
  
- B. Frequência e Formas de Acesso e Uso da Internet:
  - B.1 Uso da Internet;
  - B.2. Comportamento na internet;
  
- C. Efeitos Sociais do Uso da Internet;
  
- D. Efeitos Políticos do Uso da Internet:
  - D.1. Ação e Participação Política;
  - D.2. Serviços e Políticas Públicas;
    - D.2.1. *WiFi Livre SP*
    - D.2.2. Outros Serviços e Políticas Públicas
  
- E. Efeitos Educacionais do Uso da Internet;
  
- F. Efeitos Culturais do Uso da Internet:
  - F.1. Cultura da Comunicação;
  - F.2. Relação entre Internet e Cultura;
  
- G. Efeitos Econômicos do Uso da Internet.





A identificação e o perfil das pessoas entrevistadas foram compostos por informações de gênero, raça, idade, renda, entre outras que permitem cruzamentos dos dados para análises recortadas.

A segunda categoria aborda a *Frequência e Formas de Acesso e Uso da Internet* por parte das pessoas entrevistadas. A primeira subcategoria, *Uso da Internet* tem como objetivo identificar a frequência, local e meios de acesso à internet, enquanto que na segunda, *Comportamento na internet* a meta é detectar o trânsito destas pessoas na rede, isto é, quais as principais redes sociais, sítios, plataformas e áreas de interesse do (a) entrevistado (a).

Na terceira categoria, *Efeitos Sociais do Uso da Internet*, o objetivo foi identificar qual a importância da internet na vida da pessoa entrevistada e em suas relações de amizade, laços sociais e de solidariedade.

A quarta categoria tem como intenção analisar os *Efeitos Políticos do Uso da Internet* através de duas subcategorias: a primeira identifica os efeitos do uso da internet para *Ação e Participação Política* das pessoas entrevistadas; a segunda revela o conhecimento, a relação e interesse destas pessoas em relação a *Serviços e Políticas Públicas*. Nesta seção, se destaca a relação das pessoas entrevistadas com a política WiFi Livre SP.

Os *Efeitos Educacionais do Uso da Internet* são analisados na quinta categoria, em que o foco é apontar se a utilização da rede incentiva as pessoas a realizar cursos, atividades “autodidatas” e a busca de conteúdo que contribua para ampliação do conhecimento.

A sexta categoria visa analisar os *Efeitos Culturais do Uso da Internet*, buscando na primeira subcategoria, *Cultura da Comunicação*, informações acerca dos hábitos relacionados ao consumo de mídias tradicionais e novas, produção e consumo de conteúdo cultural na internet, desde produção até compartilhamento. A *Relação entre Internet e Cultura*, a segunda subcategoria, objetiva averiguar se a Internet trouxe mudanças significativas no acesso a grupos e atividades culturais que ocorrem fora da rede, além da dimensão destes novos costumes.

Por fim, os *Efeitos Econômicos do Uso da Internet* são analisados na sétima categoria, isto é, as formas como as pessoas utilizam a internet em atividades ligadas ao mercado de trabalho, como a busca de emprego, a intensidade do trabalho com o advento da rede, impacto nos rendimentos, além do grau de importância no exercício da função e novas formas de



relações econômicas coletivas. Nesta categoria, são abordadas questões sobre a segurança e privacidade na rede, suas precauções caso as adote e a percepção sobre práticas de compartilhamento e o conceito de “pirataria”.

A inclusão da seção sobre o conhecimento, usos e avaliação da política de WiFi Livre SP se deve a que este é o marco que divide as duas etapas da pesquisa: antes e depois da abertura do sinal. Esta é a seção cuja análise é o foco deste relatório considerando sua relevância para a pesquisa “Conectividade e Inclusão Digital para São Paulo”.

Na primeira parte do relatório (R5.1), apresentamos exclusivamente as questões relativas ao serviço WiFi Livre SP (D2.1), cujo objetivo principal foi identificar o percentual de entrevistados que conhecem e são usuários da política, identificar como estes avaliam o serviço, bem como os usos mais frequentes da internet nas praças da cidade.

Nesta segunda parte do relatório, são apresentados os dados gerais, isto é, as formas de uso pelos moradores e frequentadores das praças na cidade de São Paulo, nas dimensões apresentadas anteriormente.

## **1.2. Definição de amostra e seleção das praças**

A população-alvo da pesquisa foi composta por residentes do município de São Paulo, a partir de 15 anos completos, frequentadores e frequentadoras das praças nas quais o sinal de WiFi foi aberto e moradores do entorno de 10 praças selecionadas.

Os dados expostos nesse relatório são equivalentes a 1005 (hum mil e cinco) questionários, recolhidos em dez praças nas cinco macrorregiões de São Paulo, conforme discriminado no Quadro 01. A amostragem desta etapa foi definida considerando as dimensões de gênero e a faixa etária da população residente em São Paulo, tomando como referência os dados desta população no Censo 2010, elaborado pelo IBGE. Foi considerada a população com mais de 15 anos.

Assim, a amostragem seguiu a distribuição de 5% de homens e mulheres com idade entre 15 a 19 anos, 5,5% de 20 a 24 anos; 16% de homens e 16,7% de mulheres com idade entre 25 a 39 anos; 15% de homens e 16,4% de mulheres com idade de 40 a 59 anos; e 6,5% de homens e 8,4% de mulheres com idade de 60 anos ou mais, totalizando 48% de homens e



52% de mulheres entrevistadas. Em decorrência dos limites de prazo e de moradores interessados em responder aos questionários esse percentual sofreu algumas pequenas alterações, expostas no relatório executivo.

As praças foram definidas através de critérios socioeconômicos, perfil da praça, de acordo com a região em que está localizada, buscando caracterizar um universo de pesquisa próximo da diversidade da capital paulista.

Nas praças da macrorregião centro, as amostras contemplaram apenas frequentadores da praça, enquanto que nas outras quatro macrorregiões foram aplicados questionários em residências, em cruzamentos e ruas em um raio limite de 500 metros no entorno da praça e entre frequentadores da praça pesquisada. Esta diferenciação da amostra encontra correspondência com a diversidade de concentração da população por região que orientou a distribuição das praças com sinal de WiFi pela política municipal. Ou seja, a região central concentra um número maior de pontos de acesso porque é nesta região que se concentra um maior número de empregos e, por tanto, de circulação de pessoas que não residem nesta região.

Assim duas praças na *região central* de São Paulo foram escolhidas respeitando uma característica comum na maioria das praças da macrorregião, isto é, praças com grande fluxo de frequentadores durante o dia inteiro. Assim, dentre as praças próximas na região que contempla os bairros da República, Consolação e Santa Cecília, a escolhida foi a *Praça da República*, enquanto que na região que parte do Marco Zero da cidade, mas que contempla o Pateo do Collegio, Cambuci, Liberdade e Aclimação, a equipe definiu a *Praça da Sé*.

A equipe utilizou os indicadores sociais do *Censo 2010* do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística<sup>2</sup>. A escolha contou com a análise dos dados referentes a “Domicílios por faixa de rendimento, em salários mínimos” da cidade de São Paulo, alinhados à divisão em macrorregiões estipulado pela Prefeitura no sítio do “WiFi Livre”<sup>3</sup>. A amostra leva em consideração a renda familiar, baseada no valor do salário mínimo nacional correspondente ao ano de 2015, no valor de R\$788,00.

---

<sup>2</sup> Disponível em < <http://censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em 30/10/2015.

<sup>3</sup> Disponível em < <http://www.wifilivre.prefeitura.sp.gov.br/index.php>>. Acesso em 30/10/2015.



As praças com concentração de domicílios com renda familiar predominante entre  $\frac{1}{2}$  até cinco salários mínimos estão localizadas nas regiões leste e sul da cidade. Na *região leste* foi escolhida a *Praça Padre Aleixo Mafra (Praça do Forró)* no bairro de São Miguel Paulista e a *Praça Brasil* no bairro de Itaquera.

Na *zona sul* da cidade foi selecionada a *Praça do Largo Piraporinha*, na Estrada do M'Boi Mirim e a *Praça do Feirão São Luís* no bairro homônimo, ambos com renda predominante de até cinco salários mínimos.

Na região da zona norte foi selecionada uma praça com renda predominante mais alta, a praça do *Parque Domingos Luís* na região de Santana, contando com uma parcela considerável na faixa entre três a cinco salários mínimos, mas também com uma parcela ainda mais significativa entre seis e mais de dez salários mínimos. Por outro lado, a segunda praça, *Dona Mariquinha* no bairro do Tremembé, conta com o predomínio de renda entre dois a dez salários mínimos, apesar de uma parcela considerável de residenciais com renda superior a dez salários mínimos.

Foram selecionadas duas praças na *zona oeste* com renda predominante entre seis a mais de dez salários mínimos: *Praça Elis Regina*, na região do Butantã e *Praça General Porto Carreiro* localizada no bairro do Jaguaré, esta com renda predominante de três até dez salários mínimos. Assim, a configuração final de divisão das praças nas macrorregiões ficou da seguinte forma:



Quadro 01: Praças escolhidas para pesquisa de campo

<b>MACRORREGIÃO</b>	<b>Distritos</b>	<b>Nome e Endereço da Praça</b>
<b>CENTRO</b>	Bela Vista	<b>Praça da Sé</b> Praça da Sé s/n – Centro
	República	<b>Praça da República</b> Praça da República s/n – República
<b>ZONA SUL</b>	Jardim Ângela	<b>Praça do Largo de Piraporinha</b> Estrada do M'Boi Mirim, 1000 – Jd. Das Flores
	Jardim São Luís	<b>Praça do Feirão São Luís</b> Início da Rua Arraial dos Couros – Jd. São Luís
<b>ZONA NORTE</b>	Tremembé	<b>Praça Dona Mariquinha Sciascia</b> Pça Dona Mariquinha s/n – Tremembé
	Santana	<b>Parque Domingos Luís</b> Rua Parque Domingos Luís, s/n - Jd. São Paulo
<b>ZONA LESTE</b>	Itaquera	<b>Praça Brasil (Mãe Menininha do Gantois)</b> Rua Cecília Porto, 9 – José Bonifácio
	São Miguel	<b>Praça do Forró</b> Praça Padre Aleixo Monteiro Mafra, s/n – São Miguel Paulista
<b>ZONA OESTE</b>	Jaguaré	<b>Praça General Porto Carreiro</b> Praça Ga. Porto Carreiro, s/n – Jaguaré
	Butantã	<b>Praça Elis Regina</b> Praça Elis Regina, s/n – Jd. Rizzo



## 2. RELATÓRIO EXECUTIVO

### 2.1. O perfil da população entrevistada

Entre agosto e outubro de 2015, foram entrevistadas 1005 pessoas, distribuídas em 10 praças localizadas nas 5 macrorregiões da cidade de São Paulo. Do total de pessoas entrevistadas, 51,1% são mulheres e 48,9% homens. Com relação à cor/raça, 40,7% se autodeclararam brancas, 35,1% pardas e 21,9% pretas, somando 56% da população entrevistada negras. As amarelas correspondem a 1,4% dos entrevistados, enquanto as indígenas correspondem a 0,9%.

As faixas etárias mais representativas, com 33,6% e 30,7% dos entrevistados, são as de 25 a 39 anos e 40 até 59 anos respectivamente. A faixa etária de 60 anos ou mais corresponde a 14,2%, enquanto que a faixa de 20 a 24 tem a representatividade de 12,2% e a de 15 a 19 anos 9,2%.

Cerca de um terço (29,9%) tem o ensino médio completo; enquanto 13,2% concluíram o ensino superior. É significativo o percentual de pessoas entrevistadas com ensino fundamental incompleto, 17,8%; seguido de 14% com ensino fundamental completo. Entrevistados com ensino médio incompleto correspondem a 12,9%, e 9,1% possui ensino superior incompleto. Apenas 1,5% das pessoas entrevistadas concluiu a pós-graduação, e 1,1% declarou não ter escolaridade.

Utilizando como base o salário mínimo estipulado em R\$788,00 para o ano de 2015 pelo Ministério do Trabalho e Emprego<sup>4</sup>, a faixa de renda mais representativa da amostra é de mais de 1 até 2 salários mínimos, que alcança 26,6%, seguida de mais de 2 até 3 salários mínimos, com 24,1%, enquanto 21% das pessoas entrevistadas tem renda familiar mensal de até 1 salário mínimo. A população entrevista cuja renda familiar é de mais de 3 até 5 salários mínimos correspondem a 16,3%, enquanto 8,2% tem renda familiar de mais de 5 até 10 salários mínimos e os entrevistados com renda superior a 10 salários mínimos correspondem a 3% da amostra.

---

<sup>4</sup> Disponível em <<http://www.mte.gov.br/index.php/salario-minimo>>. Acesso em 30/10/2015.



Entre as pessoas entrevistadas, 36,1% afirmaram que a condição de trabalho era de trabalhador assalariado, enquanto 19,2% são trabalhadores autônomos. As pessoas aposentadas correspondem a 13,4% e os desempregados correspondem a 13%, percentual superior aos 7,4% de desempregados na pesquisa de 2014. Entre as pessoas que realizam atividades não remuneradas, 8,6% são estudantes e 7,4% realizam trabalho doméstico não remunerado como donas de casa.

## **2.2. Comportamento na internet**

Os dados apontam que a população que vive em São Paulo usa a internet para realizar uma série de atividades do cotidiano, como meio de acesso a informação, relacionamento e demais práticas sociais, econômicas e culturais, configurando novas práticas de sociabilidade. Na pesquisa de 2015, o uso da internet para comunicação e relacionamentos em geral chama atenção que 84,4% das pessoas afirmaram que usam a internet para enviar mensagens, seguidas de 83,9% que a utiliza para participar de redes sociais de internet.

Entre os anos de 2014 e 2015 aumentou o número de pessoas que afirmam enviar e receber mensagens instantâneas, sendo que em 2014 correspondia a 74,5%. É importante verificar que o envio de mensagens é diferente do envio de e-mails, que em 2014 correspondia a 85,2% e na pesquisa de 2015 diminuiu para 67,3%. O uso da internet para conversas de voz/vídeo é uma prática de 32,9% dos usuários.

A leitura de notícias é parte do uso de 73,1% das pessoas entrevistadas, enquanto a busca de informações sobre bens e serviços corresponde a 67,3%, seguida da busca de informações de saúde (46,4%), e informações vinculadas aos estudos (45,2%). O acesso a cultura por meio da internet também é significativo, sendo que 69,7% afirmou ouvir música na internet, 48,4% assistem filmes pela internet e 43,4% consultam a programação cultural na internet.

O compartilhamento de fotos é uma prática de 71% dos usuários, e 67,7% costuma baixar conteúdos na internet, enquanto 37% tem a prática de subir conteúdos. Entre as pessoas entrevistadas, 33,1% faz compras pela internet, 30,9% utiliza serviços bancários online e 16,6% faz pedidos delivery por meio da internet. Também é significativo o percentual de



entrevistados que utilizam a internet para jogar online, 30,2%.

Com relação as plataformas e serviços utilizados na internet, algumas práticas permaneceram semelhantes entre os anos de 2014 e 2015 e outras apresentaram mudanças significativas. Entre as mudanças, destaca-se o aumento expressivo do uso do WhatsApp, que em 2014 representava 63,3% e em 2015 alcançou 81,5% das práticas dos usuários da internet. O aplicativo Telegram, concorrente do WhatsApp alcança apenas 1,4% dos usuários. Houve uma diminuição de cerca 10% na indicação de acesso ao Youtube, passando de 83,6% em 2014 para 74% em 2015.

A pesquisa de 2015 incluiu novos aplicativos para auferir o uso recente dos mesmos pela população entrevistada. Chama a atenção o uso do Netflix, plataforma para assistir vídeos por *streaming* por assinatura, que alcança 28,5% dos entrevistados, e o PopCornTime, que também é uma plataforma para assistir vídeos, mas gratuita, e era acessado por apenas 5,4% dos entrevistados<sup>5</sup>. No mesmo sentido, a pesquisa de 2015 introduziu a questão sobre o uso do Snapshot, que é uma prática de 10,3% das pessoas entrevistadas, e do Tinder, que representa 7,9%.

Google e Facebook seguem como referências importantes do uso da internet por parte da população que vive em São Paulo, sendo parte do acesso de respectivamente 92,1% e 83% dos usuários. Mas quando questionadas sobre a plataforma mais utilizada, o WhatsApp supera tanto o Facebook (28,1%), quanto o Google (21,3%), e alcança 48% das respostas das pessoas entrevistadas. Em 2014, o Facebook era a plataforma mais utilizada, com 43,3%, seguida do Google com 42,5% e o WhatsApp correspondia a 19,3%.

Com relação ao navegador utilizado, houve um incremento no uso do Chrome, passando de 58,7% em 2014 para 82,4% em 2015. Já o uso do Internet Explorer se reduziu de 18,5% para 12,5% e as pessoas entrevistadas que afirmaram usar o Mozilla passaram de 6,4% para 11,6%. Quando encontram alguma dificuldade na internet, 29,1% dos entrevistados procuram ajuda na própria internet, um aumento expressivo quando comparado a 2014, quando apenas 0,6% buscava ajuda na internet. Já 12,8% dos entrevistados têm ajuda dos filhos e 12,2% dos amigos. Apenas 3,7% procuram algum suporte especializado e 28,3% não tem ajuda.

As pessoas entrevistadas consideram que a internet tem muita importância em suas

---

<sup>5</sup> A plataforma de *streaming* de filmes e séries *PorCorn Time* saiu do ar pouco depois após a finalização da pesquisa de campo de 2015.





vidas, sendo que 24,1% considera ter razoável importância, seguidos de 31,2% que consideram ter muita importância e 33,9% que afirmaram que a internet tem importância total em suas vidas. Apenas 7,6% afirmou que a internet é pouco importante, e 3,2% disseram que em suas vidas a internet não tem nenhuma importância.

Assim como na análise realizada em 2014, a pesquisa em 2015 confirmou que o uso da internet aumenta a frequência de comunicação entre as pessoas, e, neste período de um ano, em todos os casos se verifica uma ampliação no percentual de entrevistados que consideram que sua frequência de comunicação aumentou, sendo que 71,2% considera que aumentou a frequência de comunicação com amigos e 64% avalia ter aumentado a frequência de comunicação com familiares – variação de 10% quando comparado com 2014. Também se verifica uma ampliação de cerca de 13% entre os entrevistados que consideram ter aumentado sua frequência de comunicação com contatos afetivos, chegando a 46,3%, ao passo que para 52,5% a frequência continuou a mesma. Para 55,5% dos entrevistados a frequência de comunicação com contatos profissionais aumentou, enquanto para 43,6% permaneceu a mesma.

Chama a atenção o fato de que 67,7% das pessoas entrevistadas conheceram pessoas na internet, e, entre estas, 69,7% encontrou alguma destas pessoas pessoalmente e 75,7% mantém contato. Entre os entrevistados, 17,1% afirmou que costuma utilizar redes sociais de encontro/namoro.

Entre 2014 e 2015 aumentou de 34,3% para 41,1% o percentual de pessoas que frente a algum problema pessoal buscou ajuda e/ou orientação na internet, sendo que os sites de busca seguem sendo o principal canal de busca de ajuda e/ou orientação (71,4%), seguido de comunidades online (22,4%).

### **2.3. Efeitos políticos do uso da internet**

No ano de 2014, coincidindo com o intervalo de realização da pesquisa, foram realizadas eleições presidenciais no Brasil, marcada pelo debate político na internet. Com o objetivo de verificar os usos e empregos da internet em relação com a política, a pesquisa de 2015 incluiu uma série de questões sobre participação política, acesso e compartilhamento de



informações sobre este tema.

Quase metade das pessoas entrevistadas, 49,4% já participou de algum evento convocado por redes sociais. Esse percentual se reduz quando a participação se refere a manifestações políticas convocadas pela internet, que é de 22,7%, percentual superior aos 14,9% verificados em 2014. Entre estas, mais da metade (61,1%) já participou mais de uma vez e 56,4% não conhecia os organizadores das manifestações. O percentual de pessoas que já organizaram manifestações é mais reduzido, apenas 3,6%.

Entre a população entrevistada, 27,6% utiliza a internet para enviar informações sobre política. As principais ferramentas por meio das quais as informações são enviadas são o Facebook (71,2%), o WhatsApp (28,8%), o e-mail (20,2) e o Twitter (8,6%). Por sua vez, 64,7% das pessoas recebem informações sobre política pela internet, sendo que se mantém o percentual que as recebe pelo Facebook (72,4%) e o e-mail (20,1%); se reduz o Twitter (5,8%) e se amplia o WhatsApp (30,2%). Entre as pessoas que recebem tais informações, 44,9% tem o costume de repassá-las.

A maioria de pessoas entrevistadas, 77,1%, não acompanha nenhuma liderança política pelas redes sociais, enquanto 22,9% segue algum líder.

Em 2014, 8,9% das pessoas afirmaram participar de grupos ou comunidades de discussão ou ação política na internet. Na análise comparativa, é significativo o número de pessoas que passaram a participar de comunidades de discussão ou ação política na internet no último ano, alcançando 17,1%. Chama atenção que este é o mesmo percentual da população entrevistada que no último ano começou a participar de atividades políticas fora da internet (17,1%). Destas pessoas, o tipo de atividade predominante é o voluntariado (19,8%), seguido de movimentos sociais (16,4%). A participação em coletivos corresponde a 15,5%, assim como a participação em comunidades religiosas. Os partidos políticos correspondem a 7,8% e as ONGs a 9,5%.

Entre 2014 e 2015, se manteve estável o percentual que afirmou ter assinado abaixo-assinados/petições online, correspondendo respectivamente a 23,2% e 23%. Os principais temas destes instrumentos foram questões políticas, passando de 36% em 2014 para 46,5% em 2015, questões sociais de forma geral, que passou de 16,6% para 34,8%, questões ambientais, que se verificou um aumento de 15,4% para 20%, e questões urbanas, que passou



de 9,7% para 18,1%. Temas vinculados aos direitos das mulheres, à questão racial e aos direitos LGBTTT correspondem, respectivamente, a 16,8%, 12,9% e 12,3%.

Com relação às políticas públicas, 65% afirmaram utilizarem equipamentos e/ou serviços públicos da região, especialmente postos de saúde (60,9%) e hospitais (24,9%).

Uma parcela significativa, 45,4% dos entrevistados afirmou já ter acessado algum portal governamental, sendo que destes 78,8% acessou o portal da prefeitura municipal, 47% do governo estadual e 37,9% do governo federal. Porém, mais da metade da população entrevistada não sabia que os governos disponibilizam dados orçamentários pela internet (68,5%), enquanto 31,5% afirmou saber desta política de transparência de dados públicos.

#### **2.4. Efeitos educacionais do uso da internet**

É grande o percentual da população que usa a internet para estudar, alcançando 65%, percentual inferior ao verificado em 2014 (70,5%). Os sites mais acessados para estudos seguem sendo o Google, com 88,3%, seguido da Wikipedia com 31%, Youtube com 24,1%, portais de notícias com 16,2%. Há que se considerar que o Google é uma ferramenta de busca a partir da qual o usuário é direcionado para outros portais de conteúdo. Deste modo, chama a atenção o fato de que a Wikipedia aparece como principal site de conteúdo. Para além do acesso a Wikipedia para estudos, destaca-se o fato de que, do total de entrevistados, 53,4% afirmou já ter utilizado este portal, sendo que 5,2% alegaram já ter editado algum verbete.

Para 60,3% a internet influenciou a estudar mais. Cerca de 28% dos entrevistados atualmente realizam algum curso. Destes, 49,1% costuma acessar a escola pela internet, percentual superior aos 37,5% verificados em 2014. O acesso a escola pela internet é, sobretudo, para consultar calendários (74%), consultar notas (73,1%), acessar serviços de secretaria (57,7%), aplicar atividades e avaliações (35,6%). Entre outros, 31,7% acessa a escola para disponibilizar conteúdos.

Do total de entrevistados, 18,2% já fez algum curso via internet, sobretudo de língua estrangeira, que corresponde a 31,1%.

#### **2.5. Efeitos culturais do uso da internet**



A prática de baixar livros e/ou e-books é parte da experiência de 33,3% das pessoas entrevistadas. Já 43,6% consultam artigos científicos pela internet.

É expressivo o número de pessoas que já baixou gratuitamente conteúdos na internet, especialmente para baixar músicas gratuitamente com 87,8%, 75,9% tem o costume de baixar apps e extensões, 48% já baixaram filmes, 47,1% já baixou games gratuitamente.

Os dados da pesquisa permitem afirmar que a prática de compartilhamento é comum entre os usuários de internet. Fotos são os principais conteúdos que os usuários costumam compartilhar, alcançando 80,2% das pessoas, seguidas de 72,2% daquelas que compartilham vídeos, 68,4% textos, 67,2% música, 66,3% notícias. Destaca-se que cerca um quinto, 19,1% costuma compartilhar games pela internet. Ainda que com uma pequena variação nos percentuais verificados quando comparados àqueles de 2014, a ordem dos tipos de conteúdos compartilhados permanece a mesma.

Entre as pessoas entrevistadas, 34,8% considera que não é crime trocar músicas, texto e vídeo, sem a autorização dos autores, enquanto a maioria, 65,2% considera que deve ser considerado crime trocar tais arquivos.

Entre as pessoas que disponibilizaram conteúdo próprio na internet, 96,6% já subiram fotos, seguidos de 44,4% com vídeos e 43,6% de textos.

Pouco mais da metade das pessoas consideram que com a internet seu acesso à produção cultural aumentou, entre 47,7% que considera que aumentou e 4,3% considera que aumentou muito. Para 23,4%, o acesso à produção cultural aumentou pouco com a internet.

## **2.6. Efeitos econômicos do uso da internet**

Os resultados indicam que a internet é um meio utilizado pelas pessoas na busca por emprego. Na pesquisa realizada em 2015, 66,9% das pessoas afirmaram que já buscaram emprego pela internet, percentual superior aos 59% verificados em 2014. Destes, 40,9% afirmaram ter conseguido emprego pela internet, percentual também superior aos 32,9% verificados em 2014.

Para uma parte grande das pessoas a internet é importante para o trabalho, sendo que



24,9% considera que é totalmente importante, para 22,9% a internet é importante e 19,5% afirmaram que é razoavelmente importante, enquanto que para 22,9% a internet não tem importância em seu trabalho. Por sua vez, 35,2% das pessoas afirmaram utilizar a internet para trabalhar em casa.

A percepção sobre a alteração na quantidade de trabalho devido ao acesso a internet divide as opiniões. Enquanto que 45,1% avalia que trabalha a mesma coisa com a internet, 12,9% alega trabalhar menos, 23,8% considera que trabalha mais e 11,2% disse que trabalha muito mais.

Entre as pessoas entrevistadas, 16,6% afirmou ter ganhado dinheiro na internet, superior aos 13,4% verificados em 2014, sendo que a maioria destes, 74,5%, ganhou dinheiro vendendo alguma coisa, 17,6% por meio de prestação de serviço, 12,7% com teletrabalho, 9,8% com anúncios e também com conteúdos audiovisuais.

Cerca de um quarto, 25,5% das pessoas conhecem os sistemas de crowdfunding e crowdsourcing. Ainda que este percentual seja superior aos 15,6% verificados em 2014, é um pouco inferior o percentual daqueles que afirmaram já ter contribuído com crowdfunding, 18,1%, e daqueles que organizaram um projeto de crowdfunding, 5,9%.

### *2.6.1. Segurança na internet*

Em 2014, a privacidade na internet era uma preocupação de 83,2% das pessoas entrevistadas, percentual que alcançou 88,9% em 2015. Também aumentou o número de pessoas que já teve algum problema de segurança na internet, passando de 22,9% em 2014 para cerca de um terço, chegando a 30,8%. Os principais problemas apontados foram a invasão/phishing, com 46,3%, o roubo de senha (25,2%) e a violação de privacidade (22,5%).

Em um ano, entre 2014 e 2015, aumentou significativamente o número de pessoas que tomam alguma medida de precaução na internet, passando de 75,9% em 2014 para alcançar a grande maioria das pessoas entrevistadas em 2015, alcançando 94%. O uso de antivírus corresponde a 70,2% das precauções, seguida do cuidado com a exposição de conteúdos pessoais (55,8%), o uso de senhas fortes (53,7%) e o abandono de sites suspeitos (45,8%). O uso de criptografia corresponde a 3,3% dos usuários, o anonimizador é uma prática de 4,6% e



a autenticação em duas fases corresponde a 3,5%.

### 2.6.2. *Percepções sobre a pirataria*

A grande maioria das pessoas sabe o significado do termo “pirataria”, o que corresponde a 90,2% dos entrevistados. A posição contrária à pirataria é mais representativa desta população: 36,5% afirmaram ser totalmente contra a pirataria e 25,5% disse que é contra a pirataria, mas com ressalvas. A posição totalmente a favor corresponde a 7,8% e a favor, com ressalvas, chega a 14,4%.

## **2.7. Mudanças nos usos e empregos da internet após a abertura do sinal de WiFi nas praças de São Paulo: análise comparativa**

O percentual de pessoas que afirmaram frequentar a praça do bairro em 2015 foi de 69,7%, cerca de 4% superior ao percentual da pesquisa em realizada em 2014.

Os dados da pesquisa revelam que entre as pessoas que costumam acessar a internet diariamente, 44,8% costuma frequentar a rede o dia inteiro, enquanto 17,9% costumam acessar no período do final da tarde, 14,5% durante a tarde e 10% no período da noite.

Entre os anos de 2014 e 2015 houve um aumento expressivo do uso do telefone celular para o acesso a internet. Enquanto em 2014, 59,4% da população afirmou utilizar o telefone celular para acessar a internet, esse número aumentou para 79,4% em 2015. Por outro lado, diminuiu a indicação de acesso por meio do notebook ou do desktop. Enquanto para o acesso por meio do notebook os números de 2014 e 2015 correspondem a 41,8% e 29,3%, respectivamente, no caso do desktop a pesquisa aponta a redução de 35,5% para 28%. O percentual de acesso por meio do tablet permanece cerca de 10%. Estes números indicam tanto que as pessoas costumam utilizar mais de um aparelho para acessar a internet como que a mobilidade é uma característica do acesso à internet entre a população de São Paulo.

Uma parte expressiva das pessoas entrevistadas, 86,7% afirma acessar a internet em sua residência, enquanto 28,8% acessam do trabalho. Em 2014, o percentual de entrevistados que afirmaram utilizar a internet em praças e ruas era de 6,1%. Em 2015, após a abertura de



sinal WiFi nas praças, 27,8% indicaram acessar a internet nestas praças. Também se verificou um número considerável de entrevistados que afirmaram acessar a internet nas ruas por meio de redes móveis, chegando a 21%.

A pesquisa de 2015 confirma a tendência apontada em 2014 de que a população já tem o costume de usar a internet WiFi tanto dentro como fora de casa, respectivamente 75,8% e 78,5%. Chama atenção o fato de quem, entre as pessoas entrevistadas que indicaram usar WiFi fora de casa (78,5%), mais da metade 57,7% costumam acessar o WiFi em praças.

Confirmando a indicação do uso da internet em aparelhos móveis, 90,5% das pessoas entrevistadas apontam que acessam a internet pelo celular, sendo que 78,6% destas utilizam o 3G/4G para o acesso, e 87,2% acessa a internet pelo celular por meio do WiFi.



### 3. ANEXOS: Tabelas de Dados e Questionário

#### 3.1. Perfil dos Entrevistados

*Tabela 01: Distribuição de entrevistados por praça*

<b>Praça</b>	<b>Quantidade de questionário</b>
Brasil	103
Forró	99
Dona Mariquinha	100
Pq. Domingos Luis	92
Elis Regina	106
General Porto Carreiro	102
República	96
Sé	104
Largo Piraporinha	100
Feirão São Luís	103
<b>Total</b>	<b>1005</b>





*Tabela 02: Distribuição de entrevistados por macrorregião*

<b>Macrorregião</b>	<b>Quantidade de questionários</b>
Zona Leste	202
Zona Norte	192
Zona Oeste	208
Zona Central	200
Zona Sul	203
<b>Total</b>	<b>1005</b>



*Tabela 03: Distribuição de entrevistados por gênero*

<b>Gênero</b>	<b>Percentual de entrevistados (%)</b>
Feminino	51,1
Masculino	48,9
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 04: Distribuição de entrevistados por raça*

<b>Raça</b>	<b>Percentual de entrevistados (%)</b>
Preta	21,9
Parda	35,1
Amarela	1,4
Indígena	0,9
Branca	40,7
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 05: Distribuição de entrevistados por idade*

<b>Faixa Etária</b>	<b>Percentual de entrevistados (%)</b>
15 a 19 anos	9,3
20 a 24 anos	12,2
25 a 39 anos	33,6
40 a 59 anos	30,7
60 anos ou mais	14,2
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 06: Distribuição de entrevistados por Estado Civil*

<b>Estado Civil</b>	<b>Percentual de entrevistados (%)</b>
Casado (a) / União Estável	36,5
Solteiro (a)	48,6
Divorciado (a) / Separado (a)	8,8
Viúvo (a)	6,1
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 07: Distribuição de entrevistados por nível de escolaridade*

<b>Nível de escolaridade</b>	<b>Percentual de entrevistados (%)</b>
Sem escolaridade	1,1
Fundamental incompleto	17,8
Fundamental completo	14
Ensino médio incompleto	12,9
Ensino médio completo	29,9
Ensino superior incompleto	9,1
Ensino superior completo	13,2
Pós-graduação incompleta	0,4
Pós-Graduação completa	1,5
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 08: Distribuição dos entrevistados por renda familiar*

<b>Renda familiar</b>	<b>Percentual de entrevistados (%)</b>
Até 1 salário mínimo	21,8
Mais de 1 até 2 salários mínimos	26,6
Mais de 2 até 3 salários mínimos	24,1
Mais de 3 até 5 salários mínimos	16,3
Mais de 5 até 10 salários mínimos	9,2
Mais de 10 salários mínimos	3
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 09: Atividade Econômica / Condição de Trabalho dos entrevistados*

<b>Atividade econômica / Condição de Trabalho</b>	<b>Percentual (%)</b>
Trabalhador (a) Assalariado (a)	36,1
Trabalhador (a) Autônomo (a)	19,2
Estagiário (a)	2,2
Dona (o) de casa (não remunerado)	7,4
Voluntário (a) (não remunerado)	0,2
Estudante sem rendimento	8,6
Aposentado (a)	13,4
Desempregado (a)	13
<b>Total</b>	<b>100</b>





*Tabela 10: Entrevistados que frequentam a praça do bairro*

<b>Frequenta a praça do bairro?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	69,7
Não	30,3
<b>Total</b>	<b>100</b>



### 3.2. Frequências e Formas de Uso da Internet

#### 3.2.1. Uso da Internet

Tabela 11: Entrevistados que utilizaram a internet no último mês

Utilizou a internet no último mês	Percentual (%)
Sim	69,2
Não	30,8
<b>Total</b>	<b>100</b>

Tabela 12: Percentual de entrevistados que não utilizaram a internet no último mês, mas já utilizou a internet

Já utilizou a internet	Percentual (%)
Sim	28,9
Não	71,7
<b>Total</b>	<b>100</b>

Tabela 13: Motivos de nunca ter utilizado a internet

Por que nunca utilizou a internet	Percentual (%)
Falta de habilidade	28,8
Falta de interesse	47,4
Não pode pagar	10,9
Não tem onde acessar	12,8
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 14: Frequência de uso diário da internet (usuário frequente)*

<b>Frequência de uso diário da internet</b>	<b>Percentual (%)</b>
Manhã	9,3
Horário de almoço	3,5
Tarde	14,5
Fim da tarde	17,9
Noite	10
Dia inteiro	44,8
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 15: Frequência de uso semanal em horas da internet (usuário esporádico)*

<b>Frequência de uso semanal da internet (horas/semana)</b>	<b>Percentual (%)</b>
Até 5 horas	34,5
De 6 a 10 horas	11
De 11 a 15 horas	2,9
De 16 a 20 horas	6,9
De 21 a 30 horas	9,5
De 31 a 40 horas	5
Acima de 40 horas	30,2
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 16: Dispositivos utilizados pelos entrevistados para acessar a internet\**

<b>Dispositivo</b>	<b>Percentual (%)</b>
Celular	79,4
Computador Portátil (Notebook)	47,4
Computador de Mesa (Desktop)	28
Tablet	9,9
Outros	8,9

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 17: Locais nos quais os entrevistados acessam a internet\**

<b>Local de acesso</b>	<b>Percentual (%)</b>
Residência	86,7
Trabalho	28,8
Praça com WiFi	27,8
Ruas e redes móveis	21
Escola ou Faculdade	7,1
Cafés, Bares ou Restaurantes	6,5
Shopping ou Lojas	5,6
Lanhouse ou Cibercafé	3,5
Biblioteca ou Centro Cultural	1,5
Outros	5,8

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 18: Entrevistados com internet em domicílio e tipo de conexão*

<b>Tem internet? / Tipo de conexão</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim / Banda Larga	67,3
Sim / Conexão Discada	3,2
Sim / Modem 3G	7,1
Não tem internet em casa	22,4
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 19: Utilização de WiFi em domicílio pelos entrevistados*

<b>Utiliza WiFi em casa?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	75,8
Não	24,2
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 20: Utilização de WiFi em locais públicos pelos entrevistados*

<b>Utiliza WiFi fora de casa?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	78,5
Não	21,5
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 21: Locais públicos em que os entrevistados utilizam WiFi\**

<b>Local de acesso</b>	<b>Percentual (%)</b>
Praças	57,7
Trabalho	24,7
Cafés, Bares ou Restaurantes	21,9
Escola ou Faculdade	12,5
Biblioteca ou Centro Cultural	8,8
Outros	17,6

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 22: Utilização de celular para acessar a internet*

<b>Utiliza o celular?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	90,5
Não	9,5
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 23: Utilização de tecnologia 3G / 4G para acessar a internet*

<b>Utiliza 3G / 4G?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	78,6
Não	21,4
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 24: Utilização de WiFi para acessar internet no celular*

<b>Utiliza WiFi no celular?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	87,2
Não	12,8
<b>Total</b>	<b>100</b>



### 3.2.2. Comportamento na Internet

Tabela 25: Utilização da internet por atividade desenvolvida\*

Formas de Utilização	Percentual (%)
Enviar Mensagem	84,4
Participar de Rede Social	83,9
Fotos	71
Ler Notícias	73,1
Ouvir Música	69,7
Baixar Conteúdo	67,7
Enviar E-mail	67,3
Acessar Informações sobre Bens e Serviços	56
Assistir Filmes	48,4
Buscar Informações sobre Saúde	46,4
Acessar Informações para Estudos Escolares	45,2
Consultar Programação Cultural da Cidade	43,4
Subir Conteúdos na Internet	37
Fazer Compras Online	33,1
Conversar por meio de voz e vídeo	32,9
Utilizar Serviços Bancários Online	30,9
Jogos Online	30,2
Sugerir/Reclamar/Recomendar Serviço ou Produto	26,2
Planejar Viagens e Férias	25,2
Acessar e Comentar em Blogs	25,2
Rádio Online	21,8
Contratar Serviços Online	16,6
Usar Delivery Online	13,2
Usar Serviços de Solicitação de Táxi Online	9,2
Usar Redes Peer-To-Peer (P2P)	8,4
Participar de Lista de Discussão	8
Produzir Conteúdo em Blog	7,3
Criar e/ou Moderar Comunidades Online	6,1
Assinar Feeds	6,1
Gravar Podcast	3
Outros	0

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



Tabela 26: Plataformas e Serviços Utilizados na Internet\*

Plataforma e/ou Serviço	Percentual (%)
Google	92,1
Facebook	83
WhatsApp	81,5
Youtube	74
Instagram	36,8
Netflix	28,5
Google Plus	26,9
Wikipedia	25,9
Skype	20,3
Twitter	18,2
Yahoo!	17
MSN	12,9
Snapchat	10,3
LinkedIn	9,6
Spotify	8,6
Tinder	7,9
Popcorn Time	5,4
Tumblr	5,3
Wordpress	5
Google Groups	4,7
Apple Music	4,3
Hangout	3,9
Blogspot	3,7
Vimeo	3,4
Easy Taxi	3,3
Last.fm	2,6
Periscope	2
Baidu	2
Flickr	1,9
Myspace	1,7
Telegram	1,4
Uber	1
Yahoo! Groups	1
Delicious	0,3
Ustream	0,3
Outros	5,4

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

Tabela 27: Plataformas e Serviços mais utilizados pelos entrevistados\*

Mais utilizado	Percentual (%)
WhatsApp	42,7
Facebook	28,1
Google	21,3
Youtube	2,9
Instagram	1,5
Skype	0,8
Google Plus	0,7
Wordpress	0,5
Sportify	0,4
Netflix	0,3
Yahoo!	0,3
MSN	0,1
Tumblr	0,1
Easy Taxi	0,1
Outros	0,1

Tabela 28: Cadastro em serviço ou plataforma na internet no último mês

Se cadastrou em serviço ou plataforma no último mês?	Percentual (%)
Sim	12,4
Não	87,6
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 29: Entrevistados que tem ajuda frente a dificuldades na internet. De quem recebe ajuda*

<b>Tem ajuda? / De quem?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim / Busca ajuda na própria internet	29,1
Não tem ajuda	28,3
Sim / Filhos	12,8
Sim / Amigos	12,2
Sim / Outros parentes	6,7
Sim / Cônjuge	5,7
Sim / Suporte especializado	3,7
Sim / Pais	1,2
Sim / Professor	0,3
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 30: Sistemas Operacionais utilizados pelos entrevistados\**

<b>Sistema Operacional</b>	<b>Percentual (%)</b>
Microsoft Windows	79,4
Linux	2,4
Apple Macintosh	2,2
Chrome Os	0,9
Outros	24,1

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 31: Navegadores utilizados pelos entrevistados para acessar a internet\**

<b>Navegador</b>	<b>Percentual (%)</b>
Google Chrome	82,4
Microsoft Internet Explorer	18,5
Mozilla Firefox	11,6
Apple Safari	2,5
Outros	3,1

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 32: Importância da internet na vida dos entrevistados*

<b>Nível de importância</b>	<b>Percentual (%)</b>
Importância total	33,9
Muita importância	31,2
Importância razoável	24,1
Pouca importância	7,6
Nenhuma importância	3,2
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 33: Frequência de comunicação com amigos com a internet*

<b>Diminuiu</b>	<b>Permaneceu a mesma</b>	<b>Aumentou</b>	<b>Total</b>
1,8%	27%	71,2%	100%

*Tabela 34: Frequência de comunicação com familiares com a internet*

<b>Diminuiu</b>	<b>Permaneceu a mesma</b>	<b>Aumentou</b>	<b>Total</b>
3,7%	32,3%	64%	100%

*Tabela 35: Frequência de comunicação com contatos profissionais com a internet*

<b>Diminuiu</b>	<b>Permaneceu a mesma</b>	<b>Aumentou</b>	<b>Total</b>
1%	43,5%	55,5%	100%

*Tabela 36: Frequência de comunicação com contatos afetivos com a internet*

<b>Diminuiu</b>	<b>Permaneceu a mesma</b>	<b>Aumentou</b>	<b>Total</b>
1,2%	52,5%	46,3%	100%



### 3.2.3. Efeitos Sociais do Uso da Internet

*Tabela 37: Entrevistados que já conheceram pessoas pela internet*

<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Total</b>
67,7%	32,3%	100%

*Tabela 38: Dos entrevistados que já conheceram pessoas pela internet, percentual que mantém contato com alguma dessas pessoas*

<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Total</b>
75,7%	24,3%	100%

*Tabela 39: Dos entrevistados que já conheceram pessoas pela internet, percentual que se encontrou pessoalmente com alguma dessas pessoas*

<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Total</b>
69,7%	30,3%	100%

*Tabela 40: Utilização de redes sociais de encontros/namoros pelos entrevistados*

<b>Utiliza redes sociais de encontros/namoro?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	17,1
Não	82,9
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 41: Percentual de entrevistados que buscaram ajuda e/ou orientação para resolução de problema pessoal*

<b>Buscou ajuda e/ou orientação na internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	41,1
Não	58,9
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 42: Tipos de páginas e/ou portais em que os entrevistados buscaram ajuda e/ou orientação para resolução de problemas pessoais*

<b>Onde buscou ajuda?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sites de busca	71,4
Comunidades nas redes sociais	22,4
Fóruns de discussão	6,5
<b>Total</b>	<b>100</b>

\* Questão estimulada e de múltipla escolha





*Tabela 43: Percentual de entrevistados que participaram de algum evento convocado através de redes sociais*

<b>Participou de evento convocado por redes sociais?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	49,4
Não	50,6
<b>Total</b>	<b>100</b>

### 3.2.4. Efeitos Políticos do Uso da Internet

*Tabela 44: Percentual de entrevistados que utilizam a internet para enviar informações sobre política*

<b>Envia informação política pela internet</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	27,6
Não	72,4
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 45: Ferramentas utilizadas pelos entrevistados para enviar informações sobre política*

<b>Ferramenta</b>	<b>Percentual (%)</b>
Facebook	71,2
WhatsApp	28,8
E-mail	20,2
Twitter	8,6
Blogs	3,5
Grupos de e-mail	3
Instagram	2
Youtube	1,5
Google +	1,5
Fóruns de discussão	1
Viber	0,5
Outros	0,5

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 46: Percentual de entrevistados que recebe informações políticas pela internet*

<b>Recebe informação política pela internet</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	64,7
Não	35,3
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 47: Ferramentas pelas quais os entrevistados recebem informações sobre política*

<b>Ferramenta</b>	<b>Percentual (%)</b>
Facebook	72,4
WhatsApp	30,2
E-mail	20,1
Twitter	5,8
Blogs	5,2
Grupos de e-mail	4,1
Youtube	3,7
Instagram	2,6
Google +	1,3
Viber	0,4
Tumblr	0,4
Telegram	0,2
Fóruns de discussão	0,2
Outros	2,2

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 48: Percentual de entrevistados que costumam repassar as informações políticas que recebe via internet*

<b>Repassa as informações recebidas?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	44,9
Não	55,1
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 49: Percentual de entrevistados que acompanham alguma liderança política em redes sociais*

<b>Acompanha alguma liderança política?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	22,9
Não	77,1
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 50: Percentual de entrevistados que participaram de manifestações políticas convocadas pela internet*

<b>Participou de manifestações convocadas pela internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	22,7
Não	77,3
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 51: Entre os que participaram, percentual daqueles que compareceram a mais de uma manifestação*

<b>Mais de uma vez?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	61,1
Não	38,9
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 52: Entre os que participaram, percentual daqueles que conheciam os organizadores da manifestação*

<b>Conhecia os organizadores?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	43,6
Não	56,4
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 53: Percentual de entrevistados que organizaram manifestações políticas pela internet*

<b>Organizou manifestações pela internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	3,6
Não	96,4
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 54: Percentual de entrevistados que começaram a participar de comunidades de discussão e/ou ação política via internet*

<b>Começou a participar de comunidades de discussão e/ou ação política na internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	17,1
Não	82,9
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 55: Percentual de entrevistados que começaram a participar de atividades políticas fora da internet no último ano*

<b>Começou a participar de atividades fora da internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	17,1
Não	82,9
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 56: Participação de atividades políticas fora da internet, por tipo de atividade\**

<b>Começou a participar de comunidades de discussão e/ou ação política na internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Voluntariado	19,8
Movimento Social	16,4
Coletivo	15,5
Comunidade Religiosa	15,5
ONG	9,5
Partido Político	7,8
Associação de Bairro	6
Outros	11,2

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 57: Percentual de entrevistados que começaram a participar de votações/consultas políticas na internet no último ano*

<b>Começou a participar de votações/consultas na internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	12,7
Não	87,3
<b>Total</b>	<b>100</b>





*Tabela 58: Percentual de entrevistados que assinaram abaixo-assinados e/ou petições online no último ano*

<b>Participou de discussões sobre temas da cidade?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	26,3
Não	73,7
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 59: Tipos de abaixo-assinados e petições online assinados\**

<b>Tema</b>	<b>Percentual (%)</b>
Questões Políticas	46,5
Questões Sociais	34,8
Questões Ambientais	20
Questões Urbanas	18,1
Direitos Humanos	17,4
Direitos das Mulheres	16,8
Direito dos Animais	16,8
Questões Raciais	12,9
Reivindicações Gerais	12,9
Direitos LGBTT	12,3
Questões Religiosas	5,2
Outros	8,4

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 60: Percentual de entrevistados que participaram de discussões sobre temas relevantes para a cidade no último ano*

<b>Assinou abaixo-assinado e/ou petição online?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	23
Não	77
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 61: Participação em discussões relevantes para a cidade, por tema\**

<b>Tipo de abaixo-assinado e/ou petição</b>	<b>Percentual (%)</b>
Questões Sociais	54
Questões Políticas	39,8
Questões Urbanas	35,8
Direitos Humanos	19,3
Direitos das Mulheres	11,4
Questões Ambientais	10,8
Questões Raciais	9,7
Direitos LGBTT	8,5
Reivindicações Gerais	7,4
Questões Religiosas	7,4
Direito dos Animais	4,5
Outros	11,9

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 62: Percentual de entrevistados que utilizam equipamentos e/ou serviços públicos na região em que reside*

<b>Utiliza equipamento e/ou serviço público?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	65
Não	35
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 63: Equipamentos e/ou serviços públicos utilizados na região\**

<b>Equipamento e/ou serviço público</b>	<b>Percentual (%)</b>
Posto de Saúde	60,9
Hospital	24,9
Biblioteca	9,3
Escola Estadual	8
CEU – Centro de Educação Unificada	5,5
Creche	5,3
Centro Esportivo	4,2
Escola Municipal	3,4
CCJ – Centro de Capacitação da Juventude	0,2
Outros	11,4

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 64: Percentual de entrevistados que tem ciência de que os governos disponibilizam dados orçamentários via internet*

<b>Sabia que os governos disponibilizam dados orçamentários?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	31,5
Não	68,5
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 65: Percentual de entrevistados que acessaram algum portal governamental*

<b>Acessou algum portal governamental?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	45,4
Não	54,6
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 66: Tipos de sites e/ou portais governamentais acessados\**

<b>Acessou algum portal governamental?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Prefeitura da Cidade de São Paulo	78,8
Governo do Estado de São Paulo	47
Governo Federal	37,9

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



### 3.2.5. Efeitos Educacionais do Uso da Internet

*Tabela 67: Percentual de entrevistados que utilizam a internet para estudos*

<b>Utiliza a internet para estudar?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	65
Não	35
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 68: Sites utilizados para estudos\**

<b>Acessou algum portal governamental?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Google	88,3
Wikipedia	31
Youtube	24,1
Portais de Notícias	16,2
SciELO e CAPES Periódicos	14,2
Dicionários e Tradutores Online	14,2
Brasil Escola	10,2
Yahoo! Respostas	6,3
Outros	13,2

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 69: Percentual de entrevistados para os quais a internet influenciou a estudar mais*

<b>A internet influenciou a estudar mais?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	60,3
Não	39,7
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 70: Percentual de entrevistados que estão fazendo algum curso atualmente e tipo de curso*

<b>Não ou Sim / Tipo de Curso</b>	<b>Percentual (%)</b>
Não	71,7
Sim / Curso Superior	10,5
Sim / Ensino Médio	6,6
Sim / Curso Profissionalizante	2,4
Sim / Curso Técnico	1,9
Sim / Língua Estrangeira	1,6
Sim / Pós-Graduação	1,3
Sim / EJA – Educação de Jovens e Adultos	0,3
Sim / Difusão Cultural / Extensão	0,1
Sim / Outros	3,7



*Tabela 71: Percentual de entrevistados que acessam a escola / universidade pela internet*

<b>Acessa a escola / universidade pela internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	49,1
Não	50,9
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 72: Acesso à instituição de ensino, por tipo de atividade\**

<b>Atividade</b>	<b>Percentual (%)</b>
Consultar Calendários	74
Consultar Notas	73,1
Serviços de Secretaria	57,7
Aplicar Atividades e Avaliações	35,6
Disponibilizar Conteúdos	31,7
Veicular Palestras e Conferências	19,2
Fomentar Debates	18,3
Outros	5,8

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 73: Percentual de entrevistados que já fez ou faz algum curso pela internet*

<b>Acessa a escola / universidade pela internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	18,2
Não	81,8
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 74: Tipo de curso realizado pela internet\**

<b>Tipo de curso</b>	<b>Percentual (%)</b>
Língua Estrangeira	31,1
Curso Profissionalizante	28,2
Curso Livre	24,3
Curso Superior à Distância	9,7
Curso Técnico	9,7
Curso Preparatório para Exames	7,8
Pós-Graduação à Distância	4,9
Outros	4,9

\* Questão estimulada e de múltipla escolha





*Tabela 75: Percentual de entrevistados que costumam baixar livros e/ou e-books*

<b>Costuma baixar livros /ou e-books?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	66,7
Não	33,3
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 76: Percentual de entrevistados que consultam artigos científicos pela internet*

<b>Consulta artigos científicos?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	43,6
Não	56,4
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 77: Percentual de entrevistados que já utilizaram a Wikipedia*

<b>Já utilizou a Wikipedia?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	53,4
Não	46,6
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 78: Utilização da Wikipedia por tipo de atividade\**

<b>Tipo de Atividade</b>	<b>Percentual (%)</b>
Consulta	100
Produção e Edição de Verbetes	5,2

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



### 3.2.6. Efeitos Culturais do Uso da Internet

*Tabela 79: Percepção dos entrevistados sobre maior tempo gasto com a internet em relação a outros meios de comunicação\**

<b>Tipo de Atividade</b>	<b>Percentual (%)</b>
Jornais e Revistas	87,4
Rádio	77
Livros	71,8
TV	66,6

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 80: Percentual de entrevistados que já disponibilizaram conteúdo na internet, por tipo de conteúdo\**

<b>Tipo de Conteúdo</b>	<b>Percentual (%)</b>
Fotos	96,6
Vídeos	44,4
Textos	43,6
Músicas	20,6
Livros	2,8

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 81: Percentual de entrevistados que costumam compartilhar conteúdo na internet, por tipo de conteúdo\**

<b>Tipo de Conteúdo</b>	<b>Percentual (%)</b>
Fotos	80,2
Vídeos	72,2
Textos	68,4
Músicas	67,2
Notícias	66,3
Artes	26,2
Games	19,1
Livros	18,9

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 82: Percentual de entrevistados que já baixaram conteúdo na internet, por tipo de conteúdo\**

<b>Tipo de Atividade</b>	<b>Percentual (%)</b>
Músicas	87,8
Aplicativos e Extensões	75,9
Filmes	48
Games	47,1
Livros	33,9
Séries	30,7
Outros	0,7

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 83: Percentual de entrevistados que conheceram grupos culturais pela internet, por tipo de grupo\**

<b>Tipo de Grupo</b>	<b>Percentual (%)</b>
Música	84,6
Comunicação	51,5
Dança	41,4
Cultura Popular	40,4
Teatro	39,5

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 84: Percepção dos entrevistados em quanto aumentou o acesso à produção cultural*

<b>Nada</b>	<b>Diminuiu</b>	<b>Permaneceu a mesma</b>	<b>Aumentou</b>	<b>Total</b>
5,3%	23,4%	19,3%	47,7%	4,3%



### 3.2.7. Efeitos Econômicos do Uso da Internet

*Tabela 85: Percentual de entrevistados que utilizaram a internet para procurar emprego*

<b>Buscou emprego pela internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	66,9
Não	33,1
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 86: Percentual de entrevistados que conseguiram emprego pela internet*

<b>Conseguiu emprego pela internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	40,9
Não	59,1
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 87: Grau de importância da internet para o trabalho atual dos entrevistados*

<b>Nenhuma</b>	<b>Pouca</b>	<b>Razoável</b>	<b>Muita</b>	<b>Total</b>
22,9	9,8	19,5	22,9	24,9



*Tabela 88: Percentual de entrevistados que conhecem os sistemas de crowdfunding e crowdsourcing*

<b>Conhece crowdfunding e crowdsourcing?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	25,5
Não	74,5
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 89: Percentual de entrevistados que conheciam e contribuíram para crowdfunding*

<b>Já contribuiu para crowdfunding?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	18,1
Não	81,9
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 90: Percentual de entrevistados que organizaram crowdsourcing*

<b>Já organizou crowdsourcing?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	5,9
Não	94,1
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 91: Percentual de entrevistados que já realizaram trabalho de crowdsourcing*

<b>Já realizou algum trabalho de crowdsourcing?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	7,3
Não	92,7
<b>Total</b>	<b>100</b>



*Tabela 92: Percentual de entrevistados que ganharam dinheiro pela internet*

<b>Ganhou dinheiro pela internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	16,6
Não	83,4
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 93: Entrevistados que ganharam dinheiro pela internet, por tipo de tipo de atividade\**

<b>Tipo de Atividade</b>	<b>Percentual (%)</b>
Vendas	74,5
Prestação de Serviços	17,6
Teletrabalho	12,7
Anúncios	9,8
Conteúdo Audiovisual	9,8
Trocas	8,8
Jogos	6,9
Produção Artística	5,9
Redação de Textos e/ou Postagens	3,9
Aluguel de Perfil de Games	3,9
Outros	5,9

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



*Tabela 94: Percentual de entrevistados a internet para trabalhar em casa*

<b>Utiliza a internet para trabalhar em casa?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	35,2
Não	64,8
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 95: Percepção dos entrevistados em relação à intensidade do trabalho com o advento da internet*

<b>Muito Menor</b>	<b>Menor</b>	<b>Mesma Intensidade</b>	<b>Maior</b>	<b>Muito Maior</b>
7	12,9	45,1	23,8	11,2

*Tabela 96: Percentual de entrevistados que tiveram algum problema de segurança na internet*

<b>Teve problema de segurança na internet?</b>	<b>Percentual (%)</b>
Sim	30,8
Não	69,2
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 97: Percentual de entrevistados que tiveram algum problema de segurança na internet, por tipo de problema\**

<b>Tipo de Problema</b>	<b>Percentual (%)</b>
Invasão e/ou Phishing	46,3
Roubo de Senhas	25,2
Violação de Privacidade	22,5
Fraude Bancária	6
Vazamento de Fotos e/ou Vídeos	4,1
Destruição de Dados	3,7
Chantagem	1,8
Outros	18,3

\* Questão estimulada e de múltipla escolha



Tabela 98: Percentual de entrevistados que se preocupam com a segurança na internet

Preocupa-se com a segurança na internet?	Percentual (%)
Sim	88,9
Não	11,1
<b>Total</b>	<b>100</b>

Tabela 99: Percentual de entrevistados que se tomam alguma precaução em para a própria segurança na internet

Toma alguma precaução de segurança na internet?	Percentual (%)
Sim	94
Não	6
<b>Total</b>	<b>100</b>

Tabela 100: Percentual de precauções tomadas pelos entrevistados, por tipo de precaução\*

Tipo de Precaução	Percentual (%)
Antivírus	70,2
Maior cuidado na exposição de conteúdos pessoais	55,8
Senhas Fortes	53,7
Abandono do Uso de Sites e Aplicativos Suspeitos	45,8
Anonizador	4,6
Autenticação em Duas Fases	3,5
Criptografia	3,3
Outros	2,1

\* Questão estimulada e de múltipla escolha

*Tabela 101: Percentual de entrevistados que se sabem o significado do termo “Pirataria”*

Sabe o significado do termo “Pirataria”?	Percentual (%)
Sim	90,2
Não	9,8
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Tabela 102: Posição pessoal dos entrevistados em relação à Pirataria*

Totalmente Contra	Contra com Ressalvas	Indiferente	A Favor com Ressalvas	Totalmente a Favor
36,5	25,5	15,7	14,4	7,8

*Tabela 103: Percentual de entrevistados que acham que a troca de músicas, textos e vídeos sem autorização dos autores deva ser considerada crime*

Considera crime a troca de músicas, textos e vídeos sem autorização dos autores?	Percentual (%)
Sim	65,2
Não	34,8
<b>Total</b>	<b>100</b>



### 3.3 QUESTIONÁRIO

## CONECTIVIDADE E INCLUSÃO DIGITAL PARA SÃO PAULO

### Pesquisa de Campo 2

#### **SESSÃO A: Perfil do(a) Entrevistado(a)**

##### **01 – Gênero:**

- Masculino
- Feminino

##### **02 – Raça(IBGE):**

- Branca
- Preta
- Parda
- Amarela
- Indígena

##### **03 – Idade:**

- 12 a 14
- 15 a 19
- 20 a 24
- 25 a 39
- 40 a 59
- 60 ou mais

##### **04 – Estado Civil:**

- Casado(a) / União Estável
- Solteiro(a)
- Divorciado(a) / Separado(a)
- Viúvo(a)

##### **05 – Escolaridade:**

- Sem escolaridade
- Fundamental incompleto
- Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Superior incompleto
- Superior completo
- Pós Graduação incompleto
- Pós Graduação completo



**06 – Renda Familiar** (por salário mínimo: R\$788,00):

- Até 1 SM
- Mais de 1 SM até 2 SM
- Mais de 2 SM até 3 SM
- Mais de 3 SM até 5 SM
- Mais de 5 SM até 10 SM
- Mais de 10 SM

**07 – Atividade econômica / Condição de Trabalho:**

- Trabalhador(a) Assalariado(a)
- Trabalhador(a) Autônomo(a)
- Estagiário(a)
- Trabalhador(a) não remunerado(a)
  - Dona(o) de casa
  - Voluntário(a)
- Estudante sem rendimento
- Aposentado(a)
- Desempregado(a)

**08 – Tem filhos?**

- Não
- Sim

**09 – Você frequenta a praça?** (informar o nome da praça com Wi-Fi)

- Não
- Sim



## SEÇÃO B: Frequência e Formas de Acesso e Uso da Internet

### B.1 - Uso da internet

#### 10 – Utilizou a internet no último mês?

Sim

Não

(se sim, pular para a 12).

#### 11 – Já utilizou a internet?

Sim

Não → 11A – Por que?

Falta de habilidade

Falta de interesse

Não tem onde acessar

Não tem condições de pagar o acesso

Não sabe / não respondeu

[Encerre a entrevista, após saber o motivo da não utilização da internet]

#### 12 – Qual a frequência de uso da internet?

Semanal.

Quantas horas por semana?

Até 5h

06h – 10h

11h – 15h

16h – 20h

21h – 30h

31h – 40h

Mais de 40h

Não sabe / não respondeu

Diária.

Qual(is) o(s) horário(s) de maior frequência de uso?

Manhã

Horário de Almoço

Tarde

Final da Tarde

Noite

Dia Inteiro

#### 13 – Quais equipamentos você costuma usar para acessar a internet?

(Resposta de múltipla escolha)

Computador de mesa (desktop)

Notebook

Tablet

Celular

Outro

Não sabe / não respondeu





**14 – Onde você acessa a internet?** (Resposta de múltipla escolha)

- Residência
- Trabalho
- Praça com Wi-Fi
- Rua com redes móveis
- Escola ou Faculdade
- Biblioteca ou Centro Cultural
- Shopping Center ou lojas
- Lanhouse ou Cibercafé
- Cafeterias, bares ou restaurantes
- Outros
- Não sabe / não respondeu

**15 – Tem internet em casa?**

- Não
- Sim → 15A: Qual é o tipo de conexão
  - Conexão discada
  - Banda Larga
  - Modem 3G
  - Não sabe / não respondeu
- Não sabe / não respondeu

**16 – Você usa internet sem fio (wireless / WiFi) em casa?**

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu

**17 – Costuma usar a internet sem fio fora de casa?**

- Não
- Sim → 17A: Onde? (Múltipla escolha)
  - Praças
  - Biblioteca
  - Escola
  - Cafeterias, bares e restaurantes
  - Trabalho
  - Outros
- Não sabe / não respondeu

**18 - Você costuma utilizar o celular para acessar a Internet?**

- sim
- não
- Não sabe / não respondeu



**19 - Você costuma utilizar o 3G ou 4G para acessar a Internet no celular?**

- sim
- não
- Não sabe / não respondeu

**20 - Você costuma utilizar Wi-Fi para acessar a Internet no celular?**

- sim
- não
- Não sabe / não respondeu

**B.2 – Comportamento na internet**

**21 – Você usa a internet para:**

- Participar de rede social
- Enviar/receber e-mail
- Enviar mensagem instantânea
- Conversar por meio de voz e vídeo
- Acessar e comentar em blogs
- Produzir conteúdo em blog
- Participar de lista de discussão
- Criar e/ou moderar comunidades *online*
- Usar Redes P2P (Peer-to-Peer)
- Assinar *feeds*
- Gravar podcast
- Baixar conteúdos
  
- Assistir filmes
- Ouvir musica
- Jogos online
- Rádio online
- Fotos
- Consultar programação cultural da cidade
  
- ler notícias
- acessar informações para estudos escolares
- acessar informações sobre bens e serviços
- buscar informações sobre Saúde
- fazer compras online
- planejar viagens e férias
- contratar serviços online
- utilizar serviços bancários online
- usar serviços de chamar táxi



- usar delivery online
- Fazer sugestões/reclamar/recomendar um produto ou serviço adquirido
- subir conteúdos na Internet
- Não sabe / não respondeu

**22 – Quais plataformas e serviços você usa na internet? (Resposta de múltipla escolha)**

- |   |                                       |  |                                   |
|---|---------------------------------------|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Google                   | <input type="checkbox"/> GoogleGroups | <input type="checkbox"/> Google+         | <input type="checkbox"/> Youtube  |
| <input type="checkbox"/> Yahoo                    | <input type="checkbox"/> Yahoogrupos  | <input type="checkbox"/> Twitter         | <input type="checkbox"/> Facebook |
| <input type="checkbox"/> Flickr                   | <input type="checkbox"/> Blogspot     | <input type="checkbox"/> Wordpress       | <input type="checkbox"/> Hangout  |
| <input type="checkbox"/> My Space                 | <input type="checkbox"/> MSN          | <input type="checkbox"/> Last.fm         | <input type="checkbox"/> Tumbrl   |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn                 | <input type="checkbox"/> Delicious    | <input type="checkbox"/> Wikipedia       | <input type="checkbox"/> UStream  |
| <input type="checkbox"/> Whatsapp                 | <input type="checkbox"/> Instagram    | <input type="checkbox"/> Snapshot        | <input type="checkbox"/> Skype    |
| <input type="checkbox"/> TwitCasting              | <input type="checkbox"/> Vimeo        | <input type="checkbox"/> Periscope       | <input type="checkbox"/> Tinder   |
| <input type="checkbox"/> Netflix                  | <input type="checkbox"/> Popcorn Time | <input type="checkbox"/> Telegram        | <input type="checkbox"/> Baidu    |
| <input type="checkbox"/> Spotify                  | <input type="checkbox"/> Apple music  | <input type="checkbox"/> EasyTaxi/99taxi | <input type="checkbox"/> Uber     |
| <input type="checkbox"/> Outros                   |                                       |  |                                   |
| <input type="checkbox"/> Não sabe / não respondeu |                                       |  |                                   |

**23 – Desses, qual você mais utiliza? (Resposta única e espontânea)**

- |   |                                       |  |                                   |
|---|---------------------------------------|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Google                   | <input type="checkbox"/> GoogleGroups | <input type="checkbox"/> Google+         | <input type="checkbox"/> Youtube  |
| <input type="checkbox"/> Yahoo                    | <input type="checkbox"/> Yahoogrupos  | <input type="checkbox"/> Twitter         | <input type="checkbox"/> Facebook |
| <input type="checkbox"/> Flickr                   | <input type="checkbox"/> Blogspot     | <input type="checkbox"/> Wordpress       | <input type="checkbox"/> Hangout  |
| <input type="checkbox"/> My Space                 | <input type="checkbox"/> MSN          | <input type="checkbox"/> Last.fm         | <input type="checkbox"/> Tumbrl   |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn                 | <input type="checkbox"/> Delicious    | <input type="checkbox"/> Wikipedia       | <input type="checkbox"/> UStream  |
| <input type="checkbox"/> Whatsapp                 | <input type="checkbox"/> Instagram    | <input type="checkbox"/> Snapshot        | <input type="checkbox"/> Skype    |
| <input type="checkbox"/> TwitCasting              | <input type="checkbox"/> Vimeo        | <input type="checkbox"/> Periscope       | <input type="checkbox"/> Tinder   |
| <input type="checkbox"/> Netflix                  | <input type="checkbox"/> Popcorn Time | <input type="checkbox"/> Telegram        | <input type="checkbox"/> Baidu    |
| <input type="checkbox"/> Spotify                  | <input type="checkbox"/> Apple music  | <input type="checkbox"/> EasyTaxi/99taxi | <input type="checkbox"/> Uber     |
| <input type="checkbox"/> Não sabe / não respondeu |                                       |  |                                   |

**24 – Você se cadastrou em algum serviço ou plataforma na internet no último mês?**

Não

Sim → 24A Qual? (Resposta única e espontânea)

- |   |                                       |  |                                   |
|---|---------------------------------------|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Google                   | <input type="checkbox"/> GoogleGroups | <input type="checkbox"/> Google+         | <input type="checkbox"/> Youtube  |
| <input type="checkbox"/> Yahoo                    | <input type="checkbox"/> Yahoogrupos  | <input type="checkbox"/> Twitter         | <input type="checkbox"/> Facebook |
| <input type="checkbox"/> Flickr                   | <input type="checkbox"/> Blogspot     | <input type="checkbox"/> Wordpress       | <input type="checkbox"/> Hangout  |
| <input type="checkbox"/> My Space                 | <input type="checkbox"/> MSN          | <input type="checkbox"/> Last.fm         | <input type="checkbox"/> Tumbrl   |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn                 | <input type="checkbox"/> Delicious    | <input type="checkbox"/> Wikipedia       | <input type="checkbox"/> UStream  |
| <input type="checkbox"/> Whatsapp                 | <input type="checkbox"/> Instagram    | <input type="checkbox"/> Snapshot        | <input type="checkbox"/> Skype    |
| <input type="checkbox"/> TwitCasting              | <input type="checkbox"/> Vimeo        | <input type="checkbox"/> Periscope       | <input type="checkbox"/> Tinder   |
| <input type="checkbox"/> Netflix                  | <input type="checkbox"/> Popcorn Time | <input type="checkbox"/> Telegram        | <input type="checkbox"/> Baidu    |
| <input type="checkbox"/> Spotify                  | <input type="checkbox"/> Apple music  | <input type="checkbox"/> EasyTaxi/99taxi | <input type="checkbox"/> Uber     |
| <input type="checkbox"/> Outro                    |                                       |  |                                   |
| <input type="checkbox"/> Não sabe / não respondeu |                                       |  |                                   |



**25 – Quando você tem alguma dificuldade na internet, tem ajuda de alguém? Quem?**

- Não tem ajuda
- Sim. → 25A – De quem?
  - Cônjuge
  - Filhos
  - Pais
  - Outros parentes
  - Amigos, colegas ou conhecidos
  - Suporte técnico especializado
  - Professor
  - Busca ajuda na própria internet
- Não sabe / não respondeu

**26 – Qual(is) os sistema operacional utiliza em seu(s) computador(es)?**

(Resposta induzida e de múltipla escolha)

- Microsoft Windows       Linux                       Mac     ChromeOS
- Outro
- Não sabe / não respondeu

**27 – Qual navegador utiliza para acessar a internet?**

(Resposta induzida e de múltipla escolha)

- Internet Explorer     Mozilla Firefox     Google Chrome     Safari
- Outro.
- Não sabe / não respondeu



## SEÇÃO C: Efeitos sociais do uso da internet

**28 – De 1 (nenhuma) a 5 (total), qual a importância da internet para a sua vida?**

- 1 – Nenhuma     2 - Pouca     3 – Razoável     4 – Muita     5 – Total  
 Não sabe / não respondeu

**29 a 32: Com o acesso à internet, sua frequência de comunicação com:**

**29 – Amigos:**

- aumentou     permaneceu a mesma     diminuiu     Não sabe / não respondeu

**30 – Familiares:**

- aumentou     permaneceu a mesma     diminuiu     Não sabe / não respondeu

**31 – Contatos profissionais:**

- aumentou     permaneceu a mesma     diminuiu     Não sabe / não respondeu

**32 – Contatos afetivos:**

- aumentou     permaneceu a mesma     diminuiu     Não sabe / não respondeu

**33 – Você já conheceu pessoas na internet?**

- Não

- Sim

33A – Você mantém contato com elas?

- Não     Sim

33B – Encontrou-se com alguma(s) pessoalmente?

- Não     Sim

- Não sabe / não respondeu

**34 – Você costuma utilizar redes sociais de encontros/namoro?**

- Não

- Sim

- Não sabe / não respondeu

**35 – Quando passou por algum problema pessoal você buscou algum tipo de ajuda e/ou orientações na internet?**

- Não

- Sim → 35A: Onde?

- comunidades nas redes sociais

- sites de busca

- Não sabe / não respondeu

**36 – Já participou de evento convocado por rede social?**

- Não

- Sim

- Não sabe / não respondeu



## SEÇÃO D – Efeitos políticos uso da internet

### D.1 – Ação e Participação Política

#### 37 – Você utiliza a internet para *enviar* informações sobre política?

- Não  
 Sim. → (37A)  
 Não sabe / não respondeu

#### 37A – Você pode citar quais ferramentas utiliza para enviar essas informações?

(Resposta espontânea e de múltipla escolha)

- |   |  |                                   |                                    |
|---|--|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> E-mail                   | <input type="checkbox"/> Grupos de e-mail    | <input type="checkbox"/> GOOGLE + | <input type="checkbox"/> Tumblr    |
| <input type="checkbox"/> Twitter                  | <input type="checkbox"/> Facebook            | <input type="checkbox"/> WhatsApp | <input type="checkbox"/> Instagram |
| <input type="checkbox"/> Blogs                    | <input type="checkbox"/> Fóruns de Discussão | <input type="checkbox"/> Viber    | <input type="checkbox"/> Telegram  |
| <input type="checkbox"/> Youtube                  | <input type="checkbox"/> Outros              |                                   |                                    |
| <input type="checkbox"/> Não sabe / não respondeu |  |                                   |                                    |

#### 38 – Você *recebe* informações sobre política pela internet?

- Não  
 Sim, → (38A e 38B)  
 Não sabe / não respondeu

#### 38A – Por onde *recebe* essas informações? (MÚLTIPLA ESCOLHA)

(Resposta espontânea e de múltipla escolha)

- |   |  |                                   |                                    |
|---|--|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> E-mail                   | <input type="checkbox"/> Grupos de e-mail    | <input type="checkbox"/> GOOGLE + | <input type="checkbox"/> Tumblr    |
| <input type="checkbox"/> Twitter                  | <input type="checkbox"/> Facebook            | <input type="checkbox"/> WhatsApp | <input type="checkbox"/> Instagram |
| <input type="checkbox"/> Blogs                    | <input type="checkbox"/> Fóruns de Discussão | <input type="checkbox"/> Viber    | <input type="checkbox"/> Telegram  |
| <input type="checkbox"/> Youtube                  | <input type="checkbox"/> Outros              |                                   |                                    |
| <input type="checkbox"/> Não sabe / não respondeu |  |                                   |                                    |

#### 38B – Você costuma repassar essas informações?

- Não  
 Sim  
 Não sabe / não respondeu

#### 39 – Você acompanha alguma liderança política nas redes sociais?

- Não.  
 Sim.  
 Não sabe / não respondeu



**40 – Você já participou de manifestações convocadas pela internet?**

- Não  
 Sim → (40A e 40B)  
 Não sabe / não respondeu

**40A – Mais de uma vez?**

- Não       Sim

**40B – Conhecia as pessoas/grupos que organizaram?**

- Não       Sim

**41 – Já organizou manifestação pela internet?**

- Não  
 Sim.  
 Não sabe / não respondeu

*- No último ano, você começou a participar de:*

**42 – algum grupo ou comunidade de discussão ou ação política na internet?**

- Não.  
 Sim.  
 Não sabe / não respondeu

**43 – atividades políticas fora da internet?**

- Não  
 Não sabe / não respondeu  
 Sim. → 43A: De que tipo? (Resposta de múltipla escolha)  
 Movimento social  
 Voluntariado  
 Comunidade religiosa de ação social  
 Associação de Bairro  
 Partido político  
 ONG  
 Coletivo  
 Outros  
 Não sabe / não respondeu

**44 – votações/consultas sobre política:**

- Não  
 Sim  
 Não sabe / não respondeu



**45 – abaixo-assinados/petições online:**

- Não
- Não sabe / não respondeu
- Sim. → 45A: De que tipo: (Resposta de múltipla escolha)
  - Questões políticas
  - Questões sociais
  - Direitos dos animais
  - Questões ambientais
  - Questões urbanas
  - Direitos humanos
  - Questões raciais
  - Direitos LGBTT
  - Direitos das mulheres
  - Questões religiosas
  - Reivindicações gerais e/ou não especificadas
  - Outros
  - Não sabe / não respondeu

**46 – discussões sobre temas relevantes para a cidade?**

- Não
- Não sabe / não respondeu
- Sim → 46A – Quais? (Resposta de múltipla escolha)
  - Questões políticas
  - Questões sociais
  - Questão cultural
  - Direitos dos animais
  - Questões ambientais
  - Questões urbanas
  - Direitos humanos
  - Questões raciais
  - Direitos LGBTT
  - Direitos das mulheres
  - Questões religiosas
  - Reivindicações gerais e/ou não especificadas
  - Outros
  - Não sabe / não respondeu





## ***D.2 – Serviços e Políticas Públicas***

### ***D.2.1 – WiFi Livre SP (Relatório R5.1)***

#### **47 – Você conhece o serviço de WiFi Livre SP?**

- Não [pular para a questão 52]  
 Sim → 47A – Soube como?  
     Na Praça  
     Propaganda na Mídia (TV, Rádio, Jornal etc.)  
     Internet  
     Amigos  
     Outros.  
 Não sabe / não respondeu

#### **48 – Você utiliza o serviço de WiFi Livre SP?**

- Não  
 Sim → 48A – Onde?  
     Somente nesta Praça  
     Em qualquer Praça que tenha o Serviço  
 Não sabe / não respondeu

#### **49 – Qual é a frequência que você utiliza o sinal de WiFi Livre SP?**

- Diária  
 Semanal  
 Esporádica  
 Não sabe / não respondeu

#### **50 – Em geral, o sinal de WiFi desta praça está:**

- Excelente    Ótimo    Bom    Ruim    Péssimo  
 Não sabe / não respondeu

#### **51 – O que você mais acessa quando está na praça?**

- E-mail                       Grupos de e-mail                       GOOGLE +                       Tumblr  
 Twitter                       Facebook                       WhatsApp                       Instagram  
 Blogs                       Fóruns de Discussão                       Viber  
 Telegram                       Youtube  
 Outros  
 Não sabe / não respondeu

#### **52 – Você passou a frequentar mais a praça após a abertura de sinal de WiFi?**

- Sim                       Não



**53 - Você utiliza o Wi-Fi em ônibus municipais?**

- Não  
 Sim  
 Não sabe / não respondeu

***D.2.2 – Outros Serviços e Políticas Públicas***

**54 – Você utiliza equipamentos e/ou serviços públicos na região?**

- Não  
 Sim. → 54A – Qual(is): (Resposta de múltipla escolha)  
     CEU – Centro de Educação Unificado  
     CCJ – Centro de Capacitação da Juventude  
     CCM – Centro de Cidadania da Mulher  
     Biblioteca  
     Posto de Saúde  
     Hospital  
     Creche  
     Escola ( ) Estadual ( ) Municipal  
     Centro Esportivo  
     Outros  
 Não sabe / não respondeu

**55 – Você sabia que os governos disponibilizam dados orçamentários via internet?**

- Não.  
 Sim  
 Não sabe / não respondeu

**56 – Você já acessou algum desses portais governamentais?**

- Não  
 Sim → 56A – De quem? (Resposta de múltipla escolha)  
     Prefeitura  
     Governo do Estado  
     Governo Federal  
 Não sabe / não respondeu



## SEÇÃO E – Efeitos educacionais do uso da internet

### 57 – Você utiliza a internet para estudar?

- Não (*pular para a 56*)
- Sim.
- Não sabe / não respondeu

### 58 – Qual(is) site(s) você mais utiliza nos seus estudos?

(Resposta aberta e de múltipla escolha)

- Google
- Wikipedia
- Youtube
- Yahoo! Respostas
- Brasil Escola / Info Escola
- SciELO e Capes periódicos
- Dicionários e tradutores online
- Portais de notícias
- Outros
- Não sabe / não respondeu

### 59 – Você acha que a internet influenciou você a estudar mais?

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu

### 60 – Atualmente você está fazendo algum curso?

- Não (*Pular para a questão 62*)
- Sim → 60A – Qual curso?
  - Ensino médio
  - Língua estrangeira
  - curso técnico
  - curso profissionalizante
  - curso superior
  - pós graduação
  - difusão cultural/extensão
  - EJA – Educação de Jovens e Adultos
  - Outros
  - Não sabe / não respondeu
- Não sabe / não respondeu



**61 – Você acessa a sua escola pela internet?**

- Não
- Não sabe / não respondeu
- Sim → 61A – Para quê? (Resposta de múltipla escolha)
  - consultar notas
  - consultar calendários
  - fomentar debates em fóruns
  - disponibilizar conteúdos de formação
  - aplicar atividades e avaliações
  - veicular palestras e conferências
  - serviços de secretaria
  - Não sabe / não respondeu

**62 – Você já fez/faz algum curso via internet?**

- Não
- Sim → 62A – Qual? (Resposta de múltipla escolha)
  - Língua estrangeira
  - curso técnico
  - curso profissionalizante
  - curso superior à distância
  - pós-graduação à distância
  - curso preparatório para exames
  - curso livre
  - Outros
- Não sabe / não respondeu

**63 – Você costuma baixar livros e/ou e-books?**

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu

**64 – Você consulta artigos científicos?**

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu

**65 – Você já utilizou a Wikipedia:**

- Não
- Não sabe / não respondeu
- Sim → 65A – Para quê? (Resposta de múltipla escolha)
  - Consulta
  - Produção e Edição de Verbete.



## SEÇÃO F: Efeitos culturais do uso da internet

### F.1 – Cultura de comunicação

#### 66 – Você acha que gasta mais tempo com a internet em relação a:

- |                    |                              |                              |
|--------------------|------------------------------|------------------------------|
| TV                 | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Rádio              | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Jornais e revistas | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Livros             | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |

#### 67 – Você já disponibilizou (subiu) algum conteúdo próprio para a internet

- |        |                              |                              |
|--------|------------------------------|------------------------------|
| Vídeo  | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Foto   | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Música | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Texto  | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Livro  | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |

#### 68 – Você costuma compartilhar conteúdos na internet?

- |          |                              |                              |
|----------|------------------------------|------------------------------|
| Textos   | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Notícias | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Vídeos   | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Músicas  | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Fotos    | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Livros   | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Games    | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Arte     | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |

### F.2 – Relação entre internet e cultura

#### 69 – Você já baixou gratuitamente

- |                  |                              |                              |
|------------------|------------------------------|------------------------------|
| Filmes           | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Séries de TV     | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Músicas          | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Livros           | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Games            | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Apps e extensões | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |

#### 70 – Já conheceu um grupo cultural pela internet?

- |                 |                              |                              |
|-----------------|------------------------------|------------------------------|
| Teatro          | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Música          | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Comunicação     | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Cultura Popular | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |
| Dança           | <input type="checkbox"/> Sim | <input type="checkbox"/> Não |



**71 – De 1 (Nada) a 4 (Muito), você acha que a internet aumentou seu acesso à produção cultural em quanto?**

1 – Nada                     2 – Pouco                     3 – Permaneceu o mesmo                     4 –  
Muito

**SEÇÃO G: Efeitos econômicos do uso da internet:**

**72 – Você já utilizou a internet para buscar emprego:**

Não  
 Sim  
 Não sabe / não respondeu

**73 – Já conseguiu emprego pela internet?**

Não  
 Sim  
 Não sabe / não respondeu

**74 – De 1 (Nada) a 5 (Totalmente), qual o grau de importância da internet para o seu trabalho atual:**

1 – Nada     2 – Pouco     3 – Razoável                     4 – Muito     5 – Totalmente  
 Não sabe / não respondeu

**75 – Você conhece os sistemas de crowdfunding (vaquinha, catarse etc. via internet) e crowdsourcing (trabalho coletivo na internet)?**

Não (*pular para a questão 76*)  
 Sim  
 Não sabe / não respondeu

**76 – Já contribuiu para crowdfunding?**

Não  
 Sim  
 Não sabe / não respondeu



**77 – Já organizou crowdfunding?**

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu

**78 – Já realizou algum trabalho de crowdsourcing?**

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu

**79 – Você já ganhou dinheiro na internet?**

- Não
- Não sabe / não respondeu
- Sim → 79A – Com o quê? (Resposta de múltipla escolha)
  - venda
  - prestação de serviço
  - troca
  - aluguel de perfis de game
  - jogos
  - teletrabalho
  - produção artística
  - conteúdo audiovisual
  - redação de texto/ posts
  - anúncios
  - outros

**80 – Você utiliza a internet para trabalhar em casa?**

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu

**81 – De 1 (muito menos) a 5 (muito mais), você acha que com a internet você trabalha:**

- Muito menos     Menos     A mesma coisa     Mais     Muito mais     Não sabe / não respondeu

**82 – Você teve algum problema de segurança na internet?**

- Não
- Não sabe / não respondeu
- Sim. → 82A – Qual? (Resposta de múltipla escolha)
  - invasão e phishing
  - roubo de senha
  - fraude bancária
  - destruição de dados
  - vazamento de fotos e vídeos
  - chantagem
  - violação de privacidade
  - outro



**83 – Você se preocupa com a sua privacidade na internet?**

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu

**84 – Toma alguma(s) precaução(ões)?**

- Não
- Não sabe / não respondeu
- Sim → 84A – Qual(is)? (Resposta de múltipla escolha)
  - antivírus
  - senhas fortes
  - criptografia
  - anonimizador
  - abandono do uso de sites e aplicativos suspeitos
  - autenticação em duas fases
  - maior cuidado na exposição de conteúdos pessoais
  - outros

**85 – Você sabe o que significa o termo “Pirataria”?**

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu

**86 – Qual a sua posição em relação à Pirataria?**

- Totalmente contra
- Contra, com ressalvas
- A Favor, com ressalvas
- Totalmente a favor
- Indiferente
- Não sabe / não respondeu

**87 – Você acha que a troca de arquivos de música, texto e vídeo, sem a autorização dos seus autores, deve ser considerada crime?**

- Não
- Sim
- Não sabe / não respondeu