



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ABC



CONECTIVIDADE E INCLUSÃO DIGITAL PARA SÃO PAULO

COMO O PAULISTANO USA A INTERNET?

RELATÓRIO R1: PADRÕES DE USOS E EMPREGOS DOS RECURSOS DE
CONECTIVIDADE EXISTENTES ANTES DA ABERTURA DO SINAL

Prof. Sérgio Amadeu da Silveira, UFABC (coordenador)

Santo André, Outubro de 2014.

UFABC – Universidade Federal do ABC
Av. dos Estados, 5001. Bairro Bangu. Santo André - SP - Brasil. CEP 09210-580



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

Vanessa Cristina do Nascimento

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

Rafael Akio de Miranda Pinto

Victor Machado de Franca

Wesley de Oliveira



Resumo

O presente relatório (R1) apresenta o desenvolvimento da etapa inicial da pesquisa “Conectividade e Inclusão Digital para São Paulo”. Nesta etapa, a equipe de pesquisadores entrevistou face-a-face, entre julho e agosto de 2014, frequentadores e a população residente do entorno de 10 praças que serão atendidas pelo projeto Wi-Fi Livre, da Prefeitura Municipal de São Paulo. O relatório apresenta a metodologia utilizada, a elaboração do questionário e a definição da amostra.

A partir dos dados e informações obtidas com a pesquisa de campo, apresentamos o perfil da população entrevistada, composta por 1.000 pessoas, e uma análise dos principais números da pesquisa, que revelam padrões de usos e empregos da internet pela população residente no município de São Paulo.

Os dados apresentados neste relatório permitem afirmar que São Paulo é uma cidade majoritariamente conectada, onde os recursos da internet já fazem parte da vida da maioria da população paulistana. A análise revela a existência de uma “vida digital” que envolve a realização de uma diversidade de atividades profissionais, sociais, culturais, políticas, econômicas e pessoais na e pela internet.

O relatório contém as tabelas geradas a partir da aplicação do questionário, estruturado a partir da identificação das formas de acesso à internet e comportamentos da população entrevistada na rede, bem como dos efeitos sociais, políticos, educacionais, culturais e econômicos proporcionados pelo acesso à internet.

Estas informações constituem a base para as próximas etapas da pesquisa, que irá acompanhar e avaliar as mudanças dos usos e empregos dos recursos comunicacionais do ciberespaço, a partir da abertura do sinal de internet nas praças, sinalizando e identificando as mudanças que a política de conectividade proporciona para seus beneficiários.



COMO O PAULISTANO USA A INTERNET?

Relatório com padrões de usos e empregos dos recursos de conectividade existentes antes da abertura do sinal (R1)

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	12
1. METODOLOGIA.....	21
1.1. Questionário.....	22
1.2. Definição de Amostra e Seleção das Praças.....	24
<i>Quadro 01: Praças escolhidas para pesquisa de campo.....</i>	<i>26</i>
2. OS PRINCIPAIS NÚMEROS DA PESQUISA.....	27
2.1. O perfil da população entrevistada.....	27
2.2. Os usos e empregos dos recursos da internet	28
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
4. ANEXOS: Tabelas de Dados e Questionário	32
4.1. Perfil dos Entrevistados.....	32
<i>Tabela 01: Distribuição de entrevistados por praça.....</i>	<i>32</i>
<i>Tabela 2: Distribuição de entrevistados por macrorregião.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabela 03: Distribuição de entrevistados por gênero.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabela 04: Distribuição de entrevistados por raça.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabela 05: Distribuição de entrevistados por idade.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabela 06: Distribuição de entrevistados por Estado Civil.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabela 07: Distribuição de entrevistados por nível de escolaridade.....</i>	<i>35</i>



<i>Tabela 08: Distribuição dos entrevistados por renda familiar.....</i>	36
<i>Tabela 09: Atividade Econômica / Condição de Trabalho dos entrevistados.....</i>	36
<i>Tabela 10: Atividades dos entrevistados com atividade não remunerada.....</i>	37
<i>Tabela 11: Entrevistados com filhos.....</i>	37
<i>Tabela 12: Entrevistados com computador em casa.....</i>	38
<i>Tabela 13: Tipo de computador dos entrevistados.....</i>	38
<i>Tabela 14: Motivos dos entrevistados não terem computador em casa.....</i>	38
<i>Tabela 15: Entrevistados que frequentam a praça do bairro.....</i>	39
<i>Tabela 16: Entrevistados que possuem aparelho celular.....</i>	39
<i>Tabela 17: Entrevistados que possuem aparelho Tablet.....</i>	39
4.2. Frequência e Formas de Acesso e Uso da Internet.....	40
4.2.1. Uso da Internet.....	40
<i>Tabela 18: Entrevistados que utilizaram a internet no último mês.....</i>	40
<i>Tabela 19: Entrevistados que já utilizaram a internet.....</i>	40
<i>Tabela 20: Motivos daqueles que nunca utilizaram a internet.....</i>	40
<i>Tabela 21: Frequência de uso da internet pelos entrevistados.....</i>	41
<i>Tabela 22: Equipamentos utilizados pelos entrevistados para acessar a internet.....</i>	41
<i>Tabela 23: Locais nos quais os entrevistados acessa a internet.....</i>	42
<i>Tabela 24: Entrevistados com serviço de internet em domicílio e tipo de conexão.....</i>	42
<i>Tabela 25: Utilização WiFi em domicílio pelos entrevistados.....</i>	43
<i>Tabela 26: Utilização de WiFi em locais públicos pelos entrevistados.....</i>	43
<i>Tabela 27: Locais públicos em que os entrevistados utilizam a internet.....</i>	44
4.2.2. Comportamento na internet.....	45
<i>Tabela 28: O que os entrevistados mais acessam na internet.....</i>	45
<i>Tabela 29: Utilização da internet para comunicação pessoal, por atividade desenvolvida... ..</i>	46
<i>Tabela 30: Utilização da internet para acesso a informação, por atividade desenvolvida.....</i>	47
<i>Tabela 31: Utilização da internet para lazer, por atividade desenvolvida.....</i>	47
<i>Tabela 32: Utilização da internet para compras, por atividade desenvolvida.....</i>	48
<i>Tabela 33: Acesso a sítios de governos pelos entrevistados.....</i>	48
<i>Tabela 34: Sítios de governos acessados pelos entrevistados.....</i>	48



<i>Tabela 35: Plataformas e serviços utilizados na internet.....</i>	49
<i>Tabela 36: Plataformas e Serviços mais utilizados pelos entrevistados.....</i>	50
<i>Tabela 37: Cadastro em algum serviço ou plataforma na internet no último mês.....</i>	50
<i>Tabela 38: Plataforma em que os entrevistados se cadastraram no último mês.....</i>	51
<i>Tabela 39: Ajuda para suprir dificuldades na internet?.....</i>	52
<i>Tabela 40: Sistema Operacional utilizado pelos entrevistados.....</i>	53
<i>Tabela 41: Navegador utilizado pelos entrevistados para acessar a internet.....</i>	54
4.3. Efeitos Sociais do Uso da Internet.....	54
<i>Tabela 42: Importância da internet na vida dos entrevistados.....</i>	54
<i>Tabela 43: Frequência de comunicação com amigos com a internet.....</i>	55
<i>Tabela 44: Frequência de comunicação com familiares com a internet.....</i>	55
<i>Tabela 45: Frequência de comunicação com contatos profissionais com a internet.....</i>	55
<i>Tabela 46: Frequência de comunicação com contatos afetivos com a internet.....</i>	55
<i>Tabela 47: Você já conheceu pessoas pela internet?.....</i>	56
<i>Tabela 48: Quando passou por algum problema pessoal você buscou algum tipo de ajuda e/ou orientações na internet?.....</i>	56
<i>Tabela 49: Onde buscou ajuda e/ou orientação na internet para algum problema pessoal?.</i>	56
<i>Tabela 50: Já participou de evento convocado por rede social?.....</i>	56
4.4. Efeitos Políticos do Uso da Internet.....	57
<i>Tabela 51: Já participou de manifestações convocadas pela internet?.....</i>	57
<i>Tabela 52: Já organizou manifestação pela internet?.....</i>	57
<i>Tabela 53: Participa de algum grupo ou comunidade de discussão ou ação política na internet?.....</i>	57
<i>Tabela 54: Participa de atividades políticas fora da internet?.....</i>	58
<i>Tabela 55: Participação de atividades políticas fora da internet, por tipo de atividade.....</i>	58
<i>Tabela 56: Participa de votações/consultas sobre política?.....</i>	59
<i>Tabela 57: Já assinou abaixo-assinados/petições online?.....</i>	59
<i>Tabela 58: Tipos de abaixo-assinados e petições online assinados.....</i>	59
<i>Tabela 59: Participa de discussões sobre temas relevantes para a cidade?.....</i>	60



<i>Tabela 60: Participação em discussões relevantes para a cidade, por tema.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabela 61: Utiliza equipamentos e/ou serviços públicos na região em que reside?.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabela 62: Equipamentos e/ou serviços públicos utilizados na região.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabela 63: Acessa sites e portais governamentais?.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabela 64: Tipos de sites e/ou portais governamentais acessados.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabela 65: Acesso aos sites governamentais por tipo de atividade.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabela 66: Tipos de informações buscadas em sites governamentais.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabela 67: Tipos de serviços buscadas em sites governamentais.....</i>	<i>63</i>

4.5. Efeitos Educacionais do Uso da Internet..... 64

<i>Tabela 68: Você utiliza a internet para estudos?.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabela 69: Sites mais utilizados para estudos.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabela 70: A internet influenciou a estudar mais?.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabela 71: Está fazendo algum curso atualmente?.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabela 72: Tipo de curso realizado atualmente.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabela 73: Acessa a escola/universidade pela internet?.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabela 74: Acesso à instituição de ensino por tipo de atividade.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabela 75: Fez ou faz algum curso via internet?.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabela 76: Tipo de curso realizado pela internet.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabela 77: Costuma baixar livros e/ou e-books?.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabela 78: Consulta artigos científicos e da mídia?.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabela 79: Motivação para consulta de artigos na internet.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabela 80: Já utilizou a Wikipedia?.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabela 81: Utilização da Wikipedia por tipo de atividade.....</i>	<i>69</i>

4.6. Efeitos Culturais do Uso da Internet..... 70

<i>Tabela 82: Percepção sobre maior tempo gasto com a internet em relação a outros meios de comunicação.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabela 83: Proporção de usuários que já disponibilizaram conteúdo na internet, por tipo de conteúdo.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabela 84: Proporção de usuários que costuma compartilhar conteúdo na internet.....</i>	<i>71</i>



<i>Tabela 85: Proporção de usuários que conheceram grupos culturais pela internet.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabela 86: Participou de projetos culturais pela internet? Tabela 87: Em quanto a internet aumentou o acesso à produção cultural?.....</i>	<i>72</i>
<i>Tabela 87: Em quanto a internet aumentou o acesso à produção cultural?.....</i>	<i>72</i>
4.7. Efeitos Econômicos do Uso da Internet.....	73
<i>Tabela 88: Utilizou a internet pra buscar emprego?.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabela 89: Já conseguiu emprego pela internet?.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabela 90: Grau de importância da internet no trabalho atual:.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabela 91: Conhece os sistemas de crowdfunding e crowdsourcing?.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabela 92: Já contribuiu para crowdfunding?.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabela 93: Já organizou algum crowdfunding?.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabela 94: Já organizou algum crowdfunding?.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabela 95: Já ganhou dinheiro pela internet?.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabela 96: Proporção de usuários que já ganharam dinheiro pela internet, por tipo de atividade</i>	<i>75</i>
<i>Tabela 97: Frequência de trabalho com o advento da internet.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabela 98: Proporção de usuários que utilizam a internet para trabalhar em casa, por tipo de trabalho.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabela 99: Já teve algum problema de segurança na internet?.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabela 100: Proporção de usuários que já tiveram problemas de segurança na internet, por tipo de problema.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabela 101: Se preocupa com a privacidade na internet?.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabela 102: Proporção de usuários que se preocupam com a privacidade na internet, por tipo de preocupação.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabela 103: Toma alguma medida de precaução na internet?.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabela 104: Proporção de usuários que tomam medidas de precaução na internet, por tipo de medida.....</i>	<i>79</i>
4.8. QUESTIONÁRIO.....	80



Apresentação

A pesquisa “Conectividade e Inclusão Digital para São Paulo” é uma parceria entre a Prefeitura da Cidade 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 Wi-Fi. Esses estudos têm a finalidade de gerar dados para fomentar a implementação e avaliação da política pública de acesso gratuito a Internet por meio de rede sem fio na cidade de São Paulo. A pesquisa foi iniciada em junho de 2014.

Este é o relatório da etapa inicial da pesquisa, cujo objetivo foi identificar os usos e empregos dos recursos da internet pelos cidadãos das comunidades antes da abertura do sinal. O projeto “Wi-fi livre”, coordenado pela Secretária Municipal de Serviços da Prefeitura Municipal de São Paulo, prevê a instalação de acesso gratuito à internet por sistema Wi-Fi em 120 praças ou localidades públicas no município, atendendo todos os 96 distritos da Capital. Em setembro de 2014, o projeto havia colocado 56 pontos de wi-fi em operação, 24 pontos estavam em fase de implementação e 40 pontos em projeto¹.

Para a realização dessa etapa inicial (T0) da pesquisa foram entrevistados mil paulistanos entre os meses de julho e agosto de 2014, antes da abertura do sinal em 10 praças das cinco macrorregiões do município de São Paulo. O objetivo das entrevistas foi identificar a situação geral do acesso à internet na cidade de São Paulo, os principais meios e formas de acesso; os locais e os horários de maior frequência; as características e os interesses pessoais, bem como os efeitos políticos, culturais, educacionais, econômicos e sociais da utilização da internet. Na etapa seguinte (T1), serão realizados periodicamente levantamentos (presenciais e online) sobre as mudanças dos usos e empregos dos recursos da Internet a partir da abertura do sinal por meio da tecnologia de wireless, além do monitoramento do tráfego da rede nas localidades. Serão avaliados e mensurados os resultados dentro das seis dimensões selecionadas.

Acompanhar o impacto da abertura de sinal de internet em cento e vinte praças das cinco macrorregiões da capital paulista é o que orienta o desenvolvimento desta pesquisa, a formulação e aplicação dos questionários, além da análise dos dados coletados expostos nesse relatório. Trata-se da inclusão irreversível da cidade de São Paulo na vanguarda das grandes cidades de todo o mundo

¹Disponível em < <http://wifilivre.sp.gov.br/>>. Acesso em 30 de setembro de 2014.



adaptadas às demandas e necessidades da Sociedade em Rede contemporânea, conectadas a rede mundial de computadores.

A Revolução tecnológica concentrada nas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) está remodelando a base material da sociedade, produzindo um novo paradigma, a Sociedade em Rede, que possui as seguintes características: a matéria prima da produção passa a ser a Informação, penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias em todas as atividades humanas, adoção da lógica de redes (poder criativo de interação), flexibilidade (capacidade de reconfiguração constante) e convergência das tecnologias para o formato digital (CASTELLS, 1999).

Dentro da Sociedade em Rede, assiste-se a reestruturação do capitalismo, o capitalismo informacional (cf. CASTELLS, 1999) ou imaterial (GORZ, 2005), mais flexível, descentralizado e organizado em rede, produzindo um novo modelo de produção globalizado, estruturado pelo uso intensivo das novas tecnologias comunicacionais. A agilidade da informação e a produção de inovações produzem uma nova dinâmica no modelo de produção capitalista industrial. Inaugurando novas relações sociais que nascem a partir da apropriação das novas tecnologias.

O uso eficiente das TICs passa a ser um elemento central e estratégico para o desenvolvimento socioeconômico na sociedade contemporânea. Como afirma Castells (1999: 25), “A sociedade não pode ser entendida sem suas ferramentas tecnológicas”, isto é, o destino das sociedades é dado por sua capacidade de apropriação das tecnologias estratégicas. Mesmo os tradicionais modelos de produção e organização da sociedade industrial e agrária também precisam se reconfigurar para o uso estratégico da Informação e das TICs. A economia nacional e internacional passam irremediavelmente pelo uso intensivo e criativo de softwares e aplicativos informacionais conectados na World Wide Web (WWW).

Na Sociedade em Rede, a produtividade está na tecnologia de geração de conhecimentos sobre os próprios conhecimentos. A inovação tecnológica e transformação organizacional, dentro deste novo paradigma informacional, estão voltados para a flexibilidade e adaptabilidade da produção e gerenciamento, que segundo Castells (1999) é responsável pela expansão e rejuvenescimento do capitalismo, apoiado no uso intensivo das TICs.

O mundo globalizado e interconectado pelas TICs introduzem novas práticas sociais, dinâmicas culturais e estilos de vida, acarretando mudanças sociais em todas as esferas: política,



social, cultura, educação, economia, religião, tecnológica, etc. Enfim, forma-se uma nova forma de sociabilidade que se desenvolve dentro e através das redes de comunicação digital, mais especificamente dentro da Internet.

A Internet começa a se popularizar em meados dos anos 1990 como plataforma de comunicação cotidiana, propiciando o nascimento de novas práticas culturais que ficou conhecida como cibercultura (RÜDIGER, 2011). As novas configurações sociais que nascem dentro da web proporcionam um campo novo para o desenvolvimento humano, que a partir de práticas colaborativas e interativas que o meio possibilita, desperta diversas possibilidades de inserção social, promoção de novas sociabilidades, formas de participação política online, inovadoras formas de gestão (em rede e horizontais), produção de conhecimento (colaborativo) e a formação de uma nova economia informacional, com novas áreas de atuação, no qual o computador, o acesso a rede, o repertório/ habilidade computacional e a criatividade são os principais recursos dessa economia emergente.

A Internet hoje já faz parte do cotidiano de uma parcela crescente da população que se conecta diariamente a rede a partir de sua residência, do trabalho, da escola, de *lan houses* ou mesmo de seus aparelhos celulares. A rede mundial de computadores se tornou um dos mais importantes ambientes contemporâneos de sociabilidade (destaque para as chamadas "redes sociais", como o Twitter e o Facebook, que se tornam ambientes populares e familiares para seus usuários), podendo ser apropriada como ferramenta de trabalho, comunicação (pessoal e profissional), informação (acesso a diferentes fontes de informações) e entretenimento.

Neste novo contexto informacional, os sistemas de comunicação funcionam como extensões da mente humana, que se transforma em força direta de produção. As ferramentas de comunicação, interligada em uma rede mundial de computadores, permitem que seus usuários se apropriem das informações de forma autônoma e criativa, criando possibilidades infinitas de interações que possam ser desenvolvidas na e pela Internet.

No Brasil pesquisa do IBOPE Nielsen (fevereiro de 2012) informou que temos 78,5 milhões de pessoas com acesso à Internet no país, sendo que 47,5 milhões são usuários ativos. O aumento da importância do uso da web pode ser verificada pelo crescimento de acesso aos sites governamentais, que atingiram a audiência de 25,3 milhões. O sistema de Imposto de Renda (IR) virtual da Receita Federal brasileira, ReceitaNet, é um exemplo relevante do emprego dos canais de



comunicação online na vida cotidiana dos cidadãos brasileiros. A Receita estima que em 2013, 26 milhões de declarações sejam entregues pelo sistema eletrônico. Os dados atestam a importância da Internet como um meio de comunicação de grande relevância e que a cada dia aumenta sua penetração, seja por meio dos (já tradicionais) *desktops*, dos *notebooks*, *netbooks*, *tablets* e hoje principalmente pelos aparelhos de telefonia móveis, que ajudam a ampliar o acesso e uso da web.

Contudo, fatores estruturais (pobreza, desigualdade social, controle social, etc) ainda limitam o acesso de uma grande parcela da população ao uso livre da rede mundial de computadores. Como Silveira (2005) argumenta, a exclusão digital não se limita a falta de um computador e o não conhecimento básico para operá-lo. Um computador não conectado a Internet tem sua utilização restrita, fica excluído de poder participar, interagir e acessar os bilhões de dados disponíveis na rede. A exclusão digital passa irremediavelmente pelo acesso à Internet, assim como pelo processo de desenvolvimento das sociedades. A qualidade da conexão também é outro fator excludente, pois se o usuário não tiver acesso a uma boa conexão pode não conseguir utilizar diversos recursos e informações disponíveis no ciberespaço.

Evidenciando a importância do acesso à Internet dentro da Sociedade da Informação, principalmente o acesso com qualidade, a banda larga, um relatório do Banco Mundial de 2009, apontou que cada aumento de dez pontos percentuais nas conexões de internet de banda larga de um país corresponde a um crescimento adicional de 1,3 ponto percentual no Produto Interno Bruto (PIB) (OESP, 30/06/2009). A banda larga acelera o processo de inclusão digital, o investimento na universalização do acesso em banda larga produz efeitos de incrementação e dinamização de inovações, além de reduzir as desigualdades e aumentar a coesão social (SOUSA et al, 2009). Segundo os DADOS do IPEA (2009), países da OCDE têm investido no fomento do acesso à Internet em banda larga, principalmente em áreas mal servidas (de infraestrutura de acesso) para gerar empregos e inovações e sustentar o crescimento econômico em longo prazo. Os investimentos no Brasil se encontram muito distantes desses países, podendo representar um atraso na inclusão brasileira dentro de uma economia cada vez mais informacional.

O conceito de cidadania, empregado em larga escala em sociedades democráticas, é tema debate dentro das Ciências Sociais e Humanas. Embora esteja associado a ideia de promoção de direitos e deveres do cidadão, seu significado possui um sentido maior em sua aplicação, podendo ser entendida como um “método de inclusão social” (SOUKI, 2006). A cidadania não pode ser somente compreendida dentro de uma perspectiva dos direitos, pois essa abordagem pode levar a



inúmeros conflitos, onde as fronteiras dos direitos individuais e coletivos se sobrepõem e a cidadania acaba sendo relegada a políticas assistencialistas ou então conflitos entre grupos de interesses, movimentos sociais e o Estado. Nesse sentido, Souki (2006) assinala que a cidadania deve ser entendida como um processo de inserção das pessoas a um padrão de vida que permita ao cidadão participar ativamente da vida social, que dentro de uma Sociedade da Informação passa pelo acesso ao ciberespaço.

O acesso ao ciberespaço, principalmente nas grandes cidades mundiais interconectadas na rede mundial de computadores, passa a ser um importante elemento integrador do cidadão ao mundo globalizado, as novas sociabilidades e a nova economia. Como Lemos (2001) já chamou a atenção no começo do século XXI, as formações das Cibercidades passam necessariamente pela luta pela apropriação das TICs, como forma de inclusão social dos cidadãos dentro do novo modelo sociedade. O acesso livre e amplo a Internet é um fator importante para a construção e ampliação da cidadania, acesso ao mundo de informações e serviços disponíveis no ciberespaço, além de promover o acesso a outras culturas e ampliar o multiculturalismo.

A inserção mundial estratégica e cidadã dos países emergentes passa pela promoção da inclusão digital como forma de diminuir o distanciamento entre os segmentos sociais na apropriação das riquezas. O atual modelo de mercado, de controle da infraestrutura de acesso à internet, não irá conseguir incluir grande parte da população dentro do ciberespaço, perpetuando uma lógica perversa de exclusão social, ampliada pelo não acesso as novas tecnologias. Nesse sentido, é mister que se desenvolvam políticas públicas de inclusão digital como forma de promoção da qualidade de vida, desenvolvimento econômico e ampliação da cidadania dentro dos parâmetros da Sociedade da Informação.

Silveira (2005) indica que os modelos de combate à exclusão digital possuem 4 pressupostos:

- 1) A exclusão digital amplia a miséria e dificulta o desenvolvimento humano local e nacional;
- 2) O Mercado não irá incluir os extratos pobres. A educação somente foi massificada pelo resultado de políticas públicas. A alfabetização digital e a formação para viver na cibercultura, depende da ação eficiente do Estado;
- 3) A velocidade da inclusão é decisiva para aproveitar as vantagens competitivas da formação de sujeitos capacitados e gerar inovações;



- 4) Hoje o direito à comunicação (e liberdade de expressão) passa pelo direito a comunicação mediada por computador, é uma questão de cidadania.

Nesse sentido, o autor indica que existem 3 focos de proposta de inclusão digital:

- 1) Ampliação da cidadania: direito de interagir e de se comunicar por meio de redes informacionais;
- 2) Inserção de camadas pauperizadas no mercado na era da informação. Profissionalização e capacitação; e
- 3) Educação: formação sociocultural de jovens dentro da cibercultura.

Ampliando o conceito básico, pode-se definir o conceito de inclusão digital como a universalização do acesso ao computador conectado à internet e domínio da linguagem básica para manuseá-lo com autonomia. Uma política pública de inclusão digital passa pela promoção de acesso a alguns elementos ou instrumentos fundamentais na era da informação, como acesso à (SILVEIRA, 2005: 435):

- a) à rede mundial de computadores (computadores conectados a um provedor);
- b) aos conteúdos da rede (pesquisa e navegação em sites do governo, notícias, bens culturais, diversão, etc.);
- c) à caixa postal eletrônica e a modo de armazenamentos de informações;
- d) às linguagens básicas e instrumentos para usar a rede (MP3, chats, fóruns, etc.);
- e) às técnicas de produção de conteúdo (html, xml, técnicas para produção de hipertextos, etc.);
- f) à construção de ferramentas e sistemas voltados à comunidades (linguagem de programação, design, formação para desenhar sistemas, etc.)

Já existem hoje diversos projetos de inclusão digital. Em geral, esses projetos são caracterizados pela construção de Telecentros, onde o poder público, muitas vezes em parceria com a sociedade civil, oferecem cursos de capacitação e acesso à Internet. Entretanto, com o avanço tecnológico e o maior acesso da população urbana as ferramentas de TI, principalmente via telefonia móvel, o modelo de Telecentro perdeu sua centralidade, não deixando de ser importante para a alfabetização e capacitação informacional, como política pública de inclusão digital. O



próximo passo passa pela ampliação do acesso à Internet para toda a população de suas residências ou espaços de socialização.

Sociedades inteligentes em todo o mundo precisam encontrar soluções para as principais tendências que irão mudar o mundo e o modo como vivemos nas próximas décadas. Nesse contexto, uma área de importância especial para o nosso futuro é o desenvolvimento de infraestrutura urbana. Uma análise de *megatendências* globais para a sociedade do futuro baseada em dezenas de projetos de pesquisa e conduzida por governos, agências e especialistas concluiu que até 2020 haverá um grande avanço no modo como a tecnologia pode apropriar-se da inteligência coletiva da sociedade para gerar conexão, colaboração, inovação e vida urbana sustentável (ver projeto Almere Smart City²). Conforme Schaffers et. al (2011) a sociedade deveria explorar totalmente o potencial de uma infraestrutura digital inteligente que conecta pessoas, negócios e a vida urbana, suportando inovação colaborativa, consciência coletiva e criação compartilhada de serviços sustentáveis³. Dentro dessa perspectiva, a União Europeia está financiando o desenvolvimento de plataformas computacionais dentro da iniciativa Europe 2020 chamado *Collective Awareness Platforms for Sustainability and Social Innovation*⁴, que são sistemas TIC para alavancar o “efeito de rede” para criar novas formas de inovação social através da combinação de mídias sociais online abertas e dados e conhecimentos distribuídos advindos de ambientes reais (conhecido como Internet das Coisas, ou *Internet of Things*).

Cidades Inteligentes desempenham um papel significativo nas sociedades inteligentes uma vez que as cidades são habitadas por mais da metade da população mundial, consomem 80% da energia mundial e são responsáveis por 70% da emissão total de dióxido de carbono (KPMG 2012). Apesar do conceito de cidades inteligentes terem um foco em sustentabilidade, ele possui um escopo mais amplo do que questões de energia. O projeto europeu Smart Cities⁵ define Cidade Inteligente como aquela que apresenta bom desempenho em seis características relacionadas com a visão estratégica de futuro: Economia Inteligente, Pessoas Inteligentes, Governança Inteligente, Mobilidade Inteligente, Ambiente Inteligente e Moradia Inteligente (Giffinger et. Al 2007).

² Disponível em <<http://www.unescap.org/idd/events/2012-Colombo-meeting/2-3-Mr-Seongtak-oh.pdf>>. Acesso em 30/09/2014.

³ Disponível em <http://amsterdamsmartcity.com/projects/detail/label/Almere%20Smart%20Society?lang=en>. Acesso em 30/09/2014.

⁴ Disponível em <<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/collective-awareness-platforms>>. Acesso em 30/09/2014.

⁵ Disponível em <<http://eu-smartcities.eu>>. Acesso em 30/09/2014.



Para que os conceitos de sociedades inteligentes e cidades inteligentes sejam implementados se tornem realidade, existem necessidades mais básicas que devem estar disponíveis a todos os cidadãos em todos os momentos. A principal delas é o acesso à rede livre e irrestrito. Existem vários esforços nesse sentido, alguns que partem do poder público e outros dos próprios cidadãos. Diversas cidades mundiais já estão adotando políticas de abertura de sinal de rede sem fio para acesso à Internet, principalmente pelo uso da tecnologia Wi-Fi, possuindo variações quanto a área de abertura do sinal: Kuala Lumpur/ Malásia (livre nas áreas comerciais), Singapura (livre), Bangkok/ Tailândia (grátis para os cidadãos, financiado pela True Corporation), Bolonha/ Itália (livre por 3 horas diárias), Dublin/ Irlanda (livre na área central), Paris/ França (livre em algumas áreas públicas como parques, bibliotecas, etc), Quebec/ Canadá (livre, financiado comunitariamente), Houston/ EUA (livre no centro e bairros próximos), Miami/ EUA (livre na maior parte da cidade)⁶. Essas redes são frequentemente chamadas de Redes Municipais Sem Fio ou MuniWi-Fi (BAR & PARK 2006).

Nas grandes cidades brasileiras, a infraestrutura de acesso à Internet além de precária, em termos de qualidade e velocidade, está localizada nas regiões centrais e mais abastadas. A periferia muitas vezes não tem acesso a rede, ou quando tem utiliza conexões precárias conhecidas como o “gatonet”, devido à inexistência de acessos comerciais ou mesmo livres. Desta forma, o passo inicial para uma política de inclusão digital passa pela abertura de sinal, principalmente em banda larga de forma a permitir que os cidadãos tenham amplo acesso as diversas possibilidades da cibercultura. Sousa et al (2009: 13) argumentam que a banda larga possui a característica de externalidade de rede: “a cada novo acesso instalado, maior é a utilidade da rede para todos os usuários”. Assim, o efeito social (e econômico) de uma política pública de abertura de sinal é maior que o preço pago por ele, cabendo ao poder público, em parceria com o mercado e com a sociedade civil, desenvolver programas e ações voltados para ampliar o acesso da população à Internet.

⁶ A lista completa está disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Municipal_wireless_network>. Acesso em 30/09/2014.



No Brasil podemos destacar os exemplos das cidades de Vitória/ ES, São Vicente/ SP e Pitangueiras/ PR. O projeto Vitória Digital⁷ disponibiliza tecnologias que permitem que qualquer cidadão possa acessar a web utilizando recursos de uma rede sem fio (*wireless*), sem a necessidade de um provedor comercial, com o objetivo de promover à inclusão digital, apoio ao turista e o desenvolvimento econômico. O sinal aberto está disponível em dez áreas da cidade. O projeto São Vicente Digital⁸ prevê a disponibilização do acesso a Internet em banda larga sem fio gratuita para todo o cidadão, por meio da tecnologia de *wireless*. Os objetivos desse projeto é possibilitar a produção de conhecimento e o acesso à informação de maneira descentralizada, contribuir para a geração de emprego e renda e conseqüentemente inclusão social. Inicialmente está previsto a instalação de sete áreas com sinal aberto, para no futuro atingir todo o município. No município de Pitangueiras, no norte do Paraná, foi inaugurado em 2009 o programa de inclusão digital pela abertura de sinal, através de rede sem fio. O sinal aberto atinge toda a área urbana e 80% da zona rural⁹. Os benefícios esperados são: desenvolvimento tecnológico, melhoria na gestão pública, fomento do empreendedorismo, qualificação profissional e a alfabetização digital.

A Google também tem um plano de se tornar um provedor gratuito de acesso sem fio em grandes cidades do mundo. Inicialmente a gigante empresa de TI está desenvolvendo uma experiência na cidade de Mountain View/Califórnia (EUA), sede da empresa. É uma rede sem fio municipal financiado e instalado pela companhia, que abrange toda a área da cidade e está aberta para o uso de todos seus habitantes e visitantes.

Existem movimentos que tentam estimular os cidadãos a abrirem o sinal das suas redes Wi-Fi privadas e assim obter uma maior cobertura de sinal com maior qualidade a um custo menor para o poder público (SCHMIDT e TOWNSEND 2003). O *Open Wireless Movement*¹⁰ busca um futuro onde em qualquer ambiente urbano do mundo haja várias redes abertas permitindo que diferentes usuários usando diferentes dispositivos possam se conectar automaticamente e onde a população tem uma mentalidade de compartilhamento. Entre os benefícios esperados pelo movimento estão facilitar a inovação, beneficiar o desenvolvimento econômico, possibilitar a introdução de novos serviços, auxiliar a transposição da exclusão digital e auxiliar pessoas em trânsito. Existem também

⁷ Disponível em: <http://www.vitoria.es.gov.br/setger.php?pagina=oquee>. Acesso em 30/09/2014.

⁸ Disponível em <<http://svdigital.saovicente.sp.gov.br/projeto.php>>. Acesso em 30/09/2014.

⁹ Maiores informações estão disponíveis em: <http://www.fiepr.org.br/cidadedigital/FreeComponent18087content142321.shtml>. Acesso em 30/09/2014.

¹⁰Disponível em <<http://openwireless.org>>. Acesso em 30/09/2014



iniciativas que combinam redes Wi-Fi públicas e privadas de sinal aberto formando uma grande rede colaborativa (HERR 2010).

O resultado dos estudos realizados em locais públicos com acesso a Wi-Fi apresentam revelações importantes. Por exemplo, HAMPTON et. al (2010) mostram que o uso da Internet em espaços públicos permite mais variedades de interações sociais do que usar outros meios de comunicação como o telefone celular. Eles argumentam que as atividades online em espaços públicos contribuem para uma maior participação em assuntos da esfera pública, como a obtenção de níveis mais altos de engajamento democrático e social.



1. Metodologia

Sob a orientação dos coordenadores da pesquisa, a equipe de pesquisadores desenvolveu um questionário entre os meses de junho e julho de 2014, para aplicação com uma amostra da população da área onde o sinal de conexão sem fio a internet será disponibilizado.

O questionário foi elaborado para verificar como a população se relaciona com o ciberespaço: se possui conexão, qual o local, qual a qualidade da conexão, quais os usos dos dispositivos da Internet, quais as dificuldades para a participação na web, quais os sites mais utilizados, acesso a serviços e informações públicas online e outras práticas desenvolvidas dentro da rede mundial de computadores.

O questionário foi aplicado no decorrer dos meses de julho e agosto de 2014 em dez praças, nas cinco macrorregiões da cidade de São Paulo. As visitas às praças e à população local contaram com a participação dos oito pesquisadores graduandos treinados previamente, estudantes da UFABC, sob a supervisão de mestres e graduados. A mesma equipe de campo foi responsável pela tabulação dos dados que ocorreu durante os meses de agosto e setembro, cujos resultados serão analisados nas seções seguintes.

A metodologia de análise utilizada foi a de *survey*, isto é, uma análise quantitativa cuja amostragem servirá como base para analisar a relação entre os paulistanos e a internet de forma mais ampla. Para tanto, o questionário foi desenvolvido com perguntas sobre temas específicos, mas de forma mais abrangente possível, isto é, buscando referências gerais mais comuns na utilização da rede. Com a divisão em categorias, os dados obtidos pelo questionário permitem a leitura dos dados através de diferentes dimensões, conforme exposto na seção seguinte.

A execução das entrevistas foi dividida com média de três visitas a cada praça, sendo duas em dias úteis (média 80% de entrevistas realizadas) e uma no sábado (20% restante). O período predominante foi o da tarde durante a semana e sempre nas manhãs dos sábados, de modo a alcançar a população que trabalha em horário comercial.



1.1. Questionário

A coleta de dados foi realizada por meio de questionários estruturados e aplicados face a face a partir de abordagem nos domicílios e nas praças em que o sinal será aberto.

O questionário para identificar como a população paulistana usa a internet está dividido em sete categorias:

A. Identificação;

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;

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 das pessoas entrevistadas foi composta 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 do cidadão. 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 do cidadão na rede, isto é, quais as principais redes sociais, sítios, plataformas e áreas de interesse do entrevistado.

Na terceira categoria, *Efeitos Sociais do Uso da Internet*, o objetivo é 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* do cidadão; a segunda revela a relação e interesse do cidadão em relação a *Serviços e Políticas Públicas*.

Os *Efeitos Educacionais do Uso da Internet* são analisados na quinta categoria, em que o foco é apontar se a utilização da rede incentiva o cidadão 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 os cidadãos 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, tais como atividades de *crowdfunding* e *crowdsourcing*. Nesta categoria ainda questiona-se o cidadão quanto a segurança e privacidade dele na rede e suas precauções, caso as adote.



1.2. Definição de Amostra e Seleção das Praças

A população-alvo da pesquisa foi composta por residentes do município de São Paulo, acima de 12 anos, frequentadores das praças nas quais será aberto o sinal de wi-fi e moradores do entorno de 10 praças selecionadas.

A amostra definida foi de 1000 (mil) questionários, divididos entre dez praças nas cinco macrorregiões de São Paulo, isto é, cem questionários por praça. Nas praças da macrorregião centro, as amostras contemplaram apenas frequentadores da praça, enquanto que nas outras quatro macrorregiões foram aplicadas oitenta questionários em residências no entorno da praça, e outras vinte entre frequentadores da praça pesquisada¹¹.

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, acompanhado da expectativa de abertura do sinal de WiFi.

As 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 Estatística¹². 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”¹³. A amostra leva em consideração a renda familiar, baseada no valor do salário mínimo nacional correspondente ao ano de 2014, no valor de R\$724,00, de acordo com o Decreto Federal nº 8.166 de 23 de dezembro de 2013¹⁴.

¹¹Apenas na Praça Padre Aleixo em São Miguel Paulista a amostra foi um pouco diferente, com setenta e cinco questionários aplicados em residências e vinte e cinco na Praça.

¹²Disponível em < <http://censo2010.ibge.gov.br/>>. Último acesso em 30/09/2014.

¹³Disponível em < <http://www.wifilivre.prefeitura.sp.gov.br/index.php>>. Último acesso em 30/09/2014.

¹⁴Disponível em < http://portal.mte.gov.br/sal_min/>. Último acesso em 30/09/2014.



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

MACRORREGIÃO	Distritos	Nome e Endereço da Praça
CENTRO	Bela Vista	Praça da Bandeira Praça da Bandeira s/n - Centro
	República	Praça da República Praça da República s/n - República
ZONA SUL	Jardim Ângela	Praça do Largo de Piraporinha Estrada do M'Boi Mirim, 1000 - Jd. Das Flores
	Jardim São Luís	Praça do Feirão São Luís Início da Rua Arraial dos Couros - Jd. São Luís
ZONA NORTE	Tremembé	Praça Dona Mariquinha Sciascia Pça Dona Mariquinha s/n - Tremembé
	Santana	Parque Domingos Luís Rua Parque Domingos Luís, s/n - Jd. São Paulo (1km metrô Jd. São Paulo)
ZONA LESTE	Itaquera	Praça Brasil (Mãe Menininha do Gantois) Rua Cecília Porto, 9 - José Bonifácio
	São Miguel	Praça do Forró Praça Padre Aleixo Monteiro Mafra, s/n - São Miguel Paulista
ZONA OESTE	Jaguaré	Praça General Carneiro Praça Ga. Porto Carreigo, s/n - Jaguaré
	Butantã	Praça Elis Regina Praça Elis Regina, s/n - Jd. Rizzo



2. Os principais números da pesquisa

2.1. O perfil da população entrevistada

Os entrevistados possuem a seguinte composição: 3,8% até 14 anos, 13,4% tinham entre 15 e 19 anos, 11,6% entre 20 e 24 anos, 27,8% entre 25 e 39 anos, 25,1% entre 40 e 59 anos, 17,7% acima de 60 anos, 0,8% não informaram a idade.

As mulheres correspondem a 52% do total de entrevistadas, e os homens 48%, distribuição que corresponde aos dados do Censo 2010 para o município de São Paulo¹⁵. A composição de raça apresenta diferenças com o verificado pelo Censo 2010 no município de São Paulo. Enquanto no Censo 60,6% da população residente em São Paulo se declarou branca, o percentual registrado por esta pesquisa é de 53,5%. Ao mesmo tempo, na presente pesquisa 15,2% das pessoas entrevistadas se declararam preta, sendo que no Censo 2010 foram 6,5%. As pessoas que se declararam pardas compõem 27,4% da amostra.

Em relação a escolaridade, 12,6% possuem o ensino fundamental incompleto, 9% têm o fundamental completo, 11% têm o médio incompleto, 30,7% possuem o médio completo, 12% possuem o superior incompleto, 20,6% têm superior completo, 3,4% possuem pós-graduação e 0,7% não possuem escolaridade. Uma parte significativa dos entrevistados (45,9%) declarou renda familiar entre 2 e 5 salários mínimos, 21,8% ganham mais de 1 até 2 mínimos, 10% recebem até 1 salário mínimo, 10,9% possuem renda maior que 5 até 10 mínimos, 4,5% recebem mais que 10 salários mínimos, 0,5 não têm rendimento e 6,4% não informaram. Entre os entrevistados, 87,1% afirmou possuir computador em casa. Mais da metade, 65,1%, das pessoas entrevistadas em suas casas afirmam frequentar a praça de referência na região, onde o sinal de *wi-fi* será aberto pela prefeitura.

¹⁵Disponível em http://infocidade.prefeitura.sp.gov.br/htmls/7_populacao_residente_por_grupos_de_idade_2010_595.html. Acesso em 30/09/2014.



2.2. Os usos e empregos dos recursos da internet

Os dados da pesquisa revelam que 88,9% dos paulistanos entrevistados já utilizaram a Internet pelo menos uma vez. Dentre estes, 83,8% frequentam as redes digitais diariamente e 16,1% acessam ao menos uma vez por semana. Dos entrevistados que utilizam diariamente, 52,6% acessam o dia todo, 24,1% só o fazem a noite e apenas 3,2% acessam pela manhã. É importante destacar que entre todos os entrevistados, 36,1% navegam na Internet todos os dias. Esses resultados indicam que o uso da internet já é uma realidade para uma grande parcela da população paulista.

A mobilidade do acesso a rede mundial de computadores é registrada pela maior ocorrência de acesso por aparelhos celulares, com 22,5% do total da amostra. A navegação com notebooks é praticada por 13,8%, por *desktops* (computadores de mesa) é feita por 16,6%. É expressivo o número de pessoas que afirmaram acessar a rede por *notebooks* e celulares 13,2. Apenas 1,1% afirmaram navegar pelas redes utilizando apenas os *tablets*.

A maioria dos entrevistados, 63,8%, disseram acessar a Internet de casa, sendo que 9,7% afirmaram acessar do trabalho e 8,4% acessam em casa e no trabalho. Somente 0,9% acessam na escola ou faculdade, 2,9% entram na Internet nas praças ou ruas, 1,6% em Lanhouses, 0,1% em bibliotecas ou centros culturais, entre outros.

Chama a atenção o fato de 60,8% dos entrevistados utilizarem a *wireless*. Também é expressivo o percentual dos entrevistados que afirmaram utilizar a Internet sem fio fora de casa: 52,4%, o que representa 60,1% das pessoas que acessam as redes digitais, indicando que a modalidade de conexão sem cabeamento (WiFi) uma tendência dentro da cidade de São Paulo.

Quando encontram alguma dificuldade na Internet 26,5% não pedem ajuda para ninguém, mas 14,8% pedem apoio para seus filhos, 8,9% para outros parentes, 8,3% para amigos ou conhecidos e apenas 3,1% para técnicos especializados.

Os usuários do sistema operacional Linux atingem 1,1% do total de entrevistados que possuem computador. Já 2,7% utilizam o sistema da Apple e 86,4% Microsoft Windows. Responderam utilizar mais de um sistema operacional 5% com Windows e Android, 1,6% utilizam Windows e Linux e 1,5% usam Windows e Macintosh.



O navegador Google Chrome é o mais utilizado em São Paulo contando com o uso de 58,7% dos entrevistados que acessam as redes. O segundo navegador mais utilizado é o Internet Explorer com 18,5% e o terceiro é o Mozilla Firefox com 6,4% dos entrevistados conectados.

Praticamente um quarto do total dos entrevistados residentes em São Paulo, exatamente 24,4% afirmam que a Internet tem importância total para suas vidas. Já 34,5% responderam que a Internet é muito importante, 19,9% afirmaram ter importância razoável, 6,4% disseram ter pouca relevância e apenas 2,7% declararam ter nenhuma importância. Esses dados evidenciam a relevância da internet para a maioria da população paulistana, sendo que um quarto vê o uso dos recursos digitais com essenciais para suas diferentes atividades.

Contrariando muitos prognósticos de que a Internet reforçaria o isolamento das pessoas, 64,2% dos entrevistados que acessam a rede afirmaram que a Internet gerou um aumento da comunicação com os amigos. Somente 3,5% afirmaram que ela diminuiu e 32,3% disseram ter permanecido a mesma. Interessante é notar que 54,4% consideram que a frequência da comunicação com os familiares aumentou, 41,1% entendem que permaneceu a mesma e 4,6% acham que ela se reduziu. A percepção de 51,9% dos entrevistados é que os contatos profissionais cresceram com a Internet, 46,4% pensam que continuou do mesmo modo e 1,7% acreditam que ela diminuiu.

Um terço dos entrevistados incluídos nas redes digitais, precisamente 33,3%, responderam que a Internet elevou seus contatos afetivos, 62,6% afirmaram que eles permaneceram na mesma e 4,1% declararam que eles diminuiriam. Dos entrevistados, 48,2% disseram não terem conhecido ninguém na Internet contra 51,8% que alegaram ter conhecido pessoas nas redes. Dos que conheceram pessoas, 76,5% afirmaram ter se encontrado pessoalmente com elas e 79,5% afirmam manterem contato com os novos conhecidos contra 20,5% que disseram não manter contato.

Um número expressivo dos entrevistados com acesso à Internet no Município, 34,3% declararam que buscaram algum tipo de ajuda ou orientação na Internet quando enfrentaram um problema pessoal.

Para a maioria da população paulistana usuária da rede mundial de computadores, a internet tem gerado modificações em sua vida social, pessoal e profissional como indicam os dados



alcançados. Os resultados também apontam que hoje a internet já é um importante espaço de socialização, tanto para relações profissionais, familiares e pessoais.

Com o objetivo de identificar a importância da internet como espaço de debate político, o questionário perguntou aos entrevistados se já participaram de eventos convocados por redes sociais. Surpreendentemente, 38,1% dos que acessam a Internet afirmaram que já participaram desses eventos, enquanto 61,9% responderam negativamente. Sobre as manifestações convocadas pela Internet, 14,9% disseram que já participaram e 85,1% afirmaram que não. Entre os que atenderam às convocações realizadas pela Internet, 27% afirmaram que já o fizeram mais de uma vez, enquanto 73% declararam ter participado somente uma vez. Deste grupo que já atendeu à convocação de manifestação pela rede, 39,8% não conheciam os organizadores contra 60,2% que disseram conhecê-los.

Quase metade da população paulistana, 49% acessam sites e portais governamentais. Do grupo de entrevistados que utilizam a Internet, 70,5% alegaram utilizá-la para realizar estudos, 37,5% acessam sua escola ou faculdade pelas redes e 23,8% já realizou algum curso via Internet, um número muito expressivo.

A pesquisa revelou um comportamento cultural e cotidiano interessante, pois 32,6% dos entrevistados conectados à Internet já baixaram livros ou e-books, 59,6% utilizam a wikipedia, 59% utilizaram a rede para procurar emprego e 32,9% alegaram ter conseguido emprego a partir da Internet. Além disso, 15,6% disseram conhecer sistemas de *crowdfunding*, destes 21,5% afirmam ter realizados doações. Dentre os entrevistados com acesso à Internet, 13,4% alegam ter ganho dinheiro com atividade nas redes.

Alegam ter tido algum problema de segurança na Internet 22,9% dos entrevistados com acesso às redes contra 77,1% que não tiveram. São preocupados com a privacidade 83,2% dos conectados que responderam a pesquisa. Já 16,8% não se preocupam.

A pesquisa permite afirmar que São Paulo é uma cidade majoritariamente conectada, onde os recursos da internet já fazem parte da vida da maioria da população paulistana. Os dados permitem aferir a existência de uma “vida digital”, na qual grande parte das atividades profissionais, sociais, culturais, políticas, econômicas e pessoais são desenvolvidas na e pela internet. Os elementos captados pela pesquisa serão fundamentais para analisar as implicações das praças digitais no cotidiano da cidade.



3. Considerações Finais

Os primeiros resultados permitem afirmar que São Paulo é uma cidade cuja população está cada vez mais conectada em diferentes ambientes e espaços da vida cotidiana, desde casa até os mais diversos espaços públicos. Com o crescente acesso à internet através de dispositivos móveis, como celulares, *notebooks*, *tablets* e *smartphones*, é possível prever que a disponibilização de *Wi-Fi* livre nas praças da cidade, tendo em vista que aproximadamente dois terços da população residentes próximas às praças costumam utilizá-la com frequência, desempenhará um papel importante em uma possível reocupação e revitalização desses espaços públicos, através de maior assiduidade e tempo de permanência e usufruto das praças digitais.

Os dados e informações obtidos nesta primeira etapa de pesquisa constituem uma base para o acompanhamento e análise das mudanças proporcionadas pelo acesso a internet, bem como para a análise da diversidade de experiências de conexão e comportamento na internet, considerando o recorte de idade, gênero, raça e renda. Fatores de desigualdade no acesso à rede podem ser reparados na medida em que cidadãos com dispositivos aptos a receber sinal de internet mas sem condições financeiras para pagar pelo serviço, possam acessar à rede a poucos metros de casa e, talvez, agregando outras atividades, tais como a prática de exercícios físicos, socialização com vizinhos, dentre outros.



4. ANEXOS: Tabelas de Dados e Questionário

4.1. Perfil dos Entrevistados

Tabela 01: Distribuição de entrevistados por praça

Praça	Percentual de Entrevistados
Brasil	10%
Domingos Luís	10%
Elis Regina	10%
Feirão São Luís	10%
General Porto Carreiro	10%
Largo Piraporinha	10%
Mariquinha Sciascia	10%
Padre Aleixo	10%
República	10%
Sé	10%
Total	100%



Tabela 2: Distribuição de entrevistados por macrorregião

Macrorregião	Percentual de Entrevistados
Centro	20%
Leste	20%
Norte	20%
Oeste	20%
Sul	20%
Total	100%

Tabela 03: Distribuição de entrevistados por gênero

Gênero	Percentual de Entrevistados
Feminino	51.9%
Masculino	48%
Feminino/Masculino	0.1%
Total	100%



Tabela 04: Distribuição de entrevistados por raça

Raça	Percentual de Entrevistados
Branca	53.5%
Preta	15.2%
Parda	27.4%
Amarela	3.1%
Indígena	0.7%
Preta/Parda	0.1%
Total	100%

Tabela 05: Distribuição de entrevistados por idade

Idade	Percentual de Entrevistados
Até 14 anos	3.8%
15 a 19 anos	13.4%
20 a 24 anos	11.6%
25 a 39 anos	28%
40 a 59 anos	25.3%
60 anos ou mais	17.8%
Total	100%



Tabela 06: Distribuição de entrevistados por Estado Civil

Estado Civil	Percentual de Entrevistados
Solteiro(a)	53.5%
Casado(a)	35.3%
Divorciado(a)	5.7%
Viúvo(a)	5.5%
Total	100%

Tabela 07: Distribuição de entrevistados por nível de escolaridade

Nível de Escolaridade	Percentual de Entrevistados
Sem escolaridade	0.7%
Fundamental Incompleto	12.6%
Fundamental Completo	9%
Médio Incompleto	11%
Médio Completo	30.7%
Superior Incompleto	12%
Superior Completo	20.6%
Pós-Graduação	3.4%
Total	100%



Tabela 08: Distribuição de entrevistados por renda familiar

Renda Familiar	Percentual de Entrevistados
Sem rendimento	0.5%
Até 1 salário mínimo	10.7%
Mais de 1 até 2 salários mínimos	23.3%
Mais de 2 até 5 salários mínimos	49%
Mais de 5 até 10 salários mínimos	11.6%
Mais de 10 salários mínimos	4.8%
Total	100%

Tabela 09: Atividade Econômica / Condição de Trabalho dos entrevistados

Atividade Econômica / Condição de Trabalho	Percentual de Entrevistados
Trabalhador(a) assalariado(a)	34.1%
Trabalhador(a) autônomo(a)	22.4%
Estagiário(a)	1.7%
Trabalhador(a) não remunerado(a)	6.1%
Estudante sem rendimento	13.6%
Aposentado(a)	14.7%
Desempregado(a)	7.4%
Total	100%



Tabela 10: Atividade dos entrevistados com atividade não remunerada

Atividade Não Remunerada	Percentual de Entrevistados
Dona(o) de casa	98.3%
Voluntário(a)	1.7%
Total	100%

Tabela 11: Entrevistados com filhos

Tem Filho?	Percentual de Entrevistados
Sim	55%
Não	45%
Total	100%



Tabela 12: Entrevistados com computador em casa

Possui computador em casa	Percentual de Entrevistados
Sim	81.7%
Não	18.3%
Total	100%

*Tabela 13: Tipo de computador dos entrevistados**

Tipo de Computador	Percentual
Computador de mesa (Desktop)	60.4%
Computador Portátil (Notebook)	69.2%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.

*Tabela 14: Motivos apresentados pelos entrevistados que não possuem computador em casa**

Motivo	Percentual
Custo elevado	35.3%
Falta de necessidade	23.4%
Falta de interesse	46.1%
Falta de habilidade	9.6%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 15: Entrevistados que frequentam a praça do bairro

Frequenta a Praça?	Percentual de Entrevistados
Sim	65.1%
Não	34.9%
Total	100%

Tabela 16: Entrevistados que possuem aparelho celular

Possui aparelho celular?	Percentual de Entrevistados
Sim	89.6%
Não	10.4%
Total	100%

Tabela 17: Entrevistados que possuem aparelho Tablet

Possui aparelho Tablet?	Percentual de Entrevistados
Sim	24.8%
Não	75.2%
Total	100%



4.2. Frequência e Formas de Acesso e Uso da Internet

Uso da internet

4.2.1. Uso da Internet

Tabela 18: Entrevistados que utilizaram a internet no último mês

Utilizou no último mês?	Percentual de Entrevistados
Sim	79.7%
Não	20.3%
Total	100%

Tabela 19: Entrevistados que já utilizaram a internet

Já utilizou a internet?	Percentual de Entrevistados
Sim	88.9%
Não	11.1%
Total	100%

*Tabela 20: Motivos daqueles que nunca utilizaram a internet**

Motivos	Percentual
Falta de habilidade	28.9%
Falta de interesse	72.2%
Não tem onde acessar	7.8%
Não tem condições	11.1%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 21: Frequência de uso da internet pelos entrevistados

Frequência	Percentual de Entrevistados
Diária	83.8%
Semanal	16.1%
Poucas vezes ao mês	0.1%
Total	100%

*Tabela 22: Dispositivos utilizados pelos entrevistados para acessar a internet**

Dispositivo	Percentual
Computador Portátil (Notebook)	41.8%
Computador de Mesa (Desktop)	35.5%
Tablet	10.6%
Telefone Celular	59.4%
Outros	0.6%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



*Tabela 23: Locais nos quais os entrevistados acessam a internet**

Local de Acesso	Percentual
Residência	78.2%
Trabalho	19.5%
Praça ou Rua	6.1%
Qualquer lugar / Todo Lugar	4.0%
Escola ou Faculdade	3.9%
Biblioteca ou Centro Cultural	0.6%
Lanhouse ou Cibercafé	2.5%
Restaurantes ou Bares	0.3%
Outros	2.0%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.

Tabela 24: Entrevistados com serviço de internet em domicílio e tipo de conexão

Tem internet?/ Tipo de Conexão	Percentual de Entrevistados
Sim / Banda Larga	72.9%
Sim / Conexão Discada	4.2%
Sim / Conexão não informada	3.5%
Não tem internet em casa	19.4%
Total	100%



Tabela 25: Utilização WiFi em domicílio pelos entrevistados

Utiliza WiFi em casa?	Percentual de Entrevistados
Sim	71.2%
Não	28.8%
Total	100%

Tabela 26: Utilização de WiFi em locais públicos pelos entrevistados

Utiliza WiFi fora de casa?	Percentual de Entrevistados
Sim	60.1%
Não	39.9%
Total	100%



*Tabela 27: Locais públicos em que os entrevistados utilizam a internet**

Local de Acesso	Percentual
Cafeterias, Bares e Restaurantes	33.9%
Trabalho	28.9%
Praça ou Rua	24.4%
Qualquer lugar com sinal aberto	23.4%
Escola ou Faculdade	19.5%
Casa de amigos e parentes	5.5%
Biblioteca ou Centro Cultural	3.7%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



4.2.2. Comportamento na internet

Tabela 28: O que os entrevistados mais acessam na internet*

O que mais acessa na internet?	Percentual
Mídias Sociais / Chats / Blogs	63.9%
Mecanismos de Buscas / Informações em Geral	23.7%
E-mail	21%
Notícias / Atualidades	16.3%
Entretenimento e Lazer (Músicas, Vídeos, Jogos)	12.2%
Sítios Profissionais e Associativos	5.6%
Bancos	2.9%
Trabalhos Escolares e Acadêmicos	2.7%
Compras e Pesquisa de Preços	1.7%
Empregos e Concursos Públicos	1.3%
Outros / Não especificados	0.9%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



Tabela 29: Utilização da internet para comunicação pessoal, por atividade desenvolvida*

Formas de Comunicação Pessoal	Percentual
Participação em Redes Sociais	86.5%
Envio e Recebimento de E-mail	85.2%
Baixar Conteúdos Diversos	75.1%
Enviar e Receber Mensagens Instantâneas	74.5%
Conversação por Voz	39.7%
Acesso e Comentário em Blogs	27.3%
Participação em Listas de Discussão	12.5%
Criação e Moderação de Comunidades <i>Online</i>	11%
Assinar <i>Feeds</i>	10%
Produção de Conteúdo em Blogs	9.4%
Utilização de Redes P2P (<i>Peer-to-Peer</i>)	8.9%
Gravar <i>Podcast</i>	5%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 30: Utilização da internet para acesso à informação, por atividade desenvolvida*

Formas de Acesso à Informação	Percentual
Notícias em Geral	87.8%
Lazer e Entretenimento	74.9%
Educação (Estudos) e/ou Trabalho	72.7%
Saúde e/ou Serviços de Saúde	58.4%
Bens e Serviços	57.80%
Viagens	52.6%
Dicionários <i>Online</i>	27.3%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.

Tabela 31: Utilização da internet para lazer, por atividade desenvolvida*

Atividades de Lazer	Percentual
Ouvir Música	85.1%
Fotos	80%
Assistir Filmes	61.8%
Consulta à Programação Cultural da Cidade	57.6%
Acesso a Jogos	44.7%
Ouvir Rádio	36.8%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



*Tabela 32: Utilização da internet para compras, por atividade desenvolvida**

Atividades de Compras	Percentual
Pesquisa de Produtos e Serviços Disponíveis	97.5%
Comprar Produtos e Serviços	74.1%
Fazer Sugestões, Reclamações ou Recomendar Produtos	43.5%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.

Tabela 33: Acesso a sítios de governos pelos entrevistados

Acessa sítios governamentais	Percentual de Entrevistados
Sim	50%
Não	50%
Total	100%

*Tabela 34: Sítios de governos acessados pelos entrevistados**

Âmbito do Governo	Percentual
Municipal / Prefeitura de São Paulo	64.8%
Governo Federal	52.3%
Governo Estadual	50.9%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 35: Plataformas e serviços utilizados na internet*

Plataforma e/ou Serviço	Percentual
Google	96.8%
Facebook	86%
Youtube	83.6%
WhatsApp	63.3%
Wikipedia	33.3%
Skype	32.3%
Instagram	30.2%
Yahoo!	26.8%
Twitter	23.8%
Google Plus	21.4%
MSN	16.7%
Google Groups	12%
LinkedIn	8.9%
Orkut	8.5%
WordPress	7.4%
Tumblr	7.3%
BlogSpot	6.9%
Outros	4.8%
Hangout	4.5%
Yahoo! Groups	3.6%
Last.FM	3.5%
Flickr	3.2%
SnapChat	2.9%
MySpace	2.6%
uStream	0.8%
Delicious	0.5%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



*Tabela 36: Plataformas e Serviços mais utilizados pelos entrevistados**

Plataforma e/ou Serviço	Percentual
Facebook	43.4%
Google	42.5%
WhatsApp	19.3%
Youtube	9.2%
Skype	3.4%
Instagram	2.2%
Yahoo!	1.5%
Twitter	1.1%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.

Tabela 37: Cadastro em algum serviço ou plataforma na internet no último mês

Se cadastrou no último mês em algum serviço ou plataforma?	Percentual de Entrevistados
Sim	13.9%
Não	86.1%
Total	100%



Tabela 38: Plataforma em que os entrevistados se cadastraram no último mês*

Plataforma e/ou Serviço	Percentual
Empregos / Concurso Públicos	15.2%
Compras / Lojas Online	14.3%
Instituição de Ensino	10.5%
Streaming de Música e Vídeo	6.7%
Órgãos / Serviços Públicos	4.8%
Serviços de Bancos Online	3.8%
E-mail	3.8%
LinkedIn	2.9%
Instagram	2.9%
Skype	2.9%
Google	2.9%
Google Plus	1.9%
Facebook	1.9%
Tumblr	1.9%
WhatsApp	1.9%
SnapChat	1.9%
Youtube	1%
Twitter	1%
Flickr	1%
MSN	1%
LastFM	1%
Outros	21%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



Tabela 39: Entrevistados que tem ajuda frente a dificuldades na internet. De quem recebe ajuda.

Tem ajuda? / De quem?	Percentual de Entrevistados
Não tem ajuda	37.5%
Sim / Cônjuge	8.8%
Sim / Filhos	20.9%
Sim / Pais	3.0%
Sim / Outros Parentes	12.6%
Sim / Amigos, Colegas ou Conhecidos	11.7%
Sim / Suporte Técnico Especializado	4.4%
Sim / Professor(a)	0.6%
Sim / Busca ajuda na própria internet	0.6%
Total	100%



*Tabela 40: Sistemas Operacionais utilizados pelos entrevistados**

Sistema Operacional	Percentual
Microsoft Windows	95.6%
Apple Macintosh	4.5%
Linux	3%
Android	5.5%
Apple iOS	1.1%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.

*Tabela 41: Navegadores utilizados pelos entrevistados para acessar a internet**

Navegador	Percentual
Google Chrome	58.7%
Mozilla Firefox	6.4%
Microsoft Internet Explorer	18.5%
Opera	0.1%
Apple Safari	1.9%
Android	0.6%
Outros	0.9%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



4.3. Efeitos sociais do uso da internet

Tabela 42: Importância da internet na vida dos entrevistados

Nível de Importância	Percentual de Entrevistados
Importância total	27.8%
Muita importância	39.2%
Importância razoável	22.6%
Pouca importância	7.3%
Nenhuma importância	3.1%
Total	100%



Tabela 43: Frequência de comunicação com amigos com a internet

Diminuiu	Permaneceu a mesma	Aumentou	Total
3.5%	32.3%	64.2%	100%

Tabela 44: Frequência de comunicação com familiares com a internet

Diminuiu	Permaneceu a mesma	Aumentou	Total
4.6%	41.1%	54.4%	100%

Tabela 45: Frequência de comunicação com contatos profissionais com a internet

Diminuiu	Permaneceu a mesma	Aumentou	Total
1.7%	46.4%	51.9%	100%

Tabela 46: Frequência de comunicação com contatos afetivos com a internet

Diminuiu	Permaneceu a mesma	Aumentou	Total
4.1%	62.6%	33.3%	100%



Tabela 47: Você já conheceu pessoas pela internet?

Sim	Não	Total
51.8%	48.2%	100%

Tabela 48: Quando passou por algum problema pessoal, buscou algum tipo de ajuda e/ou orientações na internet?

Sim	Não	Total
34.3%	65.7%	100%

*Tabela 49: Onde buscou ajuda e/ou orientação na internet para algum problema pessoal?**

Onde buscou ajuda	Percentual
Sites de busca	81.5%
Comunidades nas redes sociais	22.3%
Fóruns de discussão	14.6%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.

Tabela 50: Já participou de evento convocado por rede social?

Sim	Não	Total
38.1%	61.9%	100%



4.4. Efeitos políticos do uso da internet

Tabela 51: Já participou de manifestações convocadas pela internet?

Sim	Não	Total
14.9%	85.1%	100%

Tabela 52: Já organizou alguma manifestação pela internet?

Sim	Não	Total
1.8%	98.2%	100%

Tabela 53: Participa de algum grupo ou comunidade de discussão ou ação política na internet?

Sim	Não	Total
8.9%	91.1%	100%



Tabela 54: Participa de atividades políticas fora da internet?

Sim	Não	Total
14.6%	85.4%	100%

*Tabela 55: Participação de atividades políticas fora da internet, por tipo de atividade**

Tipo de Atividade	Percentual
Voluntariado	36.1%
Movimento Social	24.3%
Comunidade religiosa de ação social	18.8%
ONG	17.4%
Coletivo	17.4%
Partido Político	12.5%
Associação de bairro	8.3%
Movimento estudantil	3.5%
Sindicato	2.1%
Outros	6.9%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 56: Participa de votações/consultas sobre política?

Sim	Não	Total
17.7%	82.3%	100%

Tabela 57: Já assinou abaixo-assinados/petições online?

Sim	Não	Total
23.2%	76.8%	100%

*Tabela 58: Tipos de abaixo-assinados e petições online assinados**

Tipo de abaixo-assinado	Percentual
Questões políticas	36%
Questões sociais	16.6%
Direitos dos animais	16.6%
Questões ambientais	15.4%
Reivindicações gerais e/ou não especificadas	14.3%
Questões urbanas	9.7%
Direitos humanos	3.4%
Questões religiosas	1.1%
Outros	2.3%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



Tabela 59: Participa de discussões sobre temas relevantes para a cidade?

Sim	Não	Total
23.4%	76.6%	100%

Tabela 60: Participação em discussões relevantes para a cidade, por tema*

Tema	Percentual
Questões urbanas	49.2%
Questões sociais	29.9%
Questões políticas	26.9%
Questões ambientais	5.6%
Reivindicações gerais e/ou não especificadas	4.6%
Direitos dos animais	1%
Direitos humanos	0.5%
Questões religiosas	0.5%
Outros	3.6%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



Tabela 61: Utiliza equipamentos e/ou serviços públicos na região em que reside?

Sim	Não	Total
67.6%	32.4%	100%

*Tabela 62: Equipamentos e/ou serviços públicos utilizados na região**

Equipamento e/ou serviço público	Percentual
Posto de saúde	75.4%
Hospital	46.8%
Escola	22.4%
Centro Esportivo	19.2%
Biblioteca	14.7%
CEU – Centro de Educação Unificada	7.7%
Creche	5.6%
CCJ – Centro de Cultura da Juventude	0.8%
CCM – Centro de Cidadania da Mulher	0.3%
Outros	9.7%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 63: Acessa sites e portais governamentais?

Sim	Não	Total
49%	51%	100%

*Tabela 64: Tipos de sites e/ou portais governamentais acessados**

Tipo de site e/ou portal	Percentual
Prefeitura da Cidade de São Paulo	65.2%
Governo do Estado de São Paulo	53%
Governo Federal do Brasil	52.2%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.

*Tabela 65: Acesso a sites governamentais, por tipo de atividade**

Tipo de Atividade	Percentual
Informações	76.1%
Serviços	53.1%
Reclamações	10.7%
Fiscalização do Poder Público	10.5
Denúncias	7.7%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



*Tabela 66: Tipo de informação buscada em sites governamentais**

Tipo de informação	Percentual
Informações em geral / não especificada	46.2%
Serviços e equipamentos públicos	31.1%
Concursos públicos	12.1%
Impostos, taxas e tributos	12.1%
Consulta à Legislação e processos	11.4%
Notas fiscais e holerites	4.2%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.

*Tabela 67: Tipo de serviço buscado em sites governamentais**

Tipo de serviço	Percentual
Serviços e equipamentos públicos	34.7%
Informações em geral / não especificada	24.4%
Notas fiscais e holerites	20.5%
Impostos, taxas e tributos	15.3%
Consulta à Legislação e processos	15.3%
Concursos públicos	6.8%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



4.5. Efeitos educacionais do uso da internet

Tabela 68: Você utiliza a internet para estudos?

Sim	Não	Total
70.5%	29.5%	100%

Tabela 69: Sites mais utilizados para estudos*

Site	Percentual
Google	69%
Wikipedia	15.6%
Sites de instituições de ensino	6.4%
Sites em geral / não especificado	5.9%
YouTube	4.3%
Brasil Escola / Info Escola	3.7%
SciELO e CAPES periódicos	2.3%
Yahoo! Respostas	2.3%
Dicionários e tradutores online	0.7%
Outros	13.8%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



Tabela 70: A internet influenciou a estudar mais?

Sim	Não	Total
59.9%	40.1%	100%

Tabela 71: Está fazendo algum curso atualmente?

Sim	Não	Total
31.3 %	68.7%	100%

*Tabela 72: Tipo de curso realizado atualmente**

Tipo de curso	Percentual
Curso superior	31.8%
Ensino Médio	24.3%
Curso técnico	11.8%
Curso profissionalizante	11.5%
Língua estrangeira	9.8%
Pós-graduação	8.4%
Ensino Fundamental	6.4%
Difusão cultural / extensão	1.4%
EJA – Educação de Jovens e Adultos	1%
Outros	11.1%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 73: Acesso a escola/universidade pela internet?

Sim	Não	Total
37.5%	62.5%	100%

*Tabela 74: Acesso à instituição de ensino, por tipo de atividade**

Atividade	Percentual
Consultar notas	83.2%
Consultar calendários	65%
Serviços de secretaria	56.5%
Disponibilizar conteúdo de formação	45.3%
Aplicar atividades e avaliações	43%
Fomentar debates em fóruns	29%
Veicular palestras e conferências	18.7%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 75: Fez ou faz algum curso via internet?

Sim	Não	Total
23.8%	76.2%	100%

*Tabela 76: Tipo de curso realizado pela internet**

Tipo de curso	Percentual
Curso profissionalizante	31.4%
Língua estrangeira	25%
Curso técnico	12.7%
Curso superior à distância	11.8%
Curso preparatório para exames	3.4%
Pós-graduação à distância	2.9%
Outros	27%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 77: Costuma baixar livros e/ou e-books?

Sim	Não	Total
32.6%	67.4%	100%

Tabela 78: Consulta artigos científicos e da mídia?

Sim	Não	Total
60.7%	39.3%	100%

*Tabela 79: Motivação para consulta de artigos na internet**

Motivação para consulta	Percentual
Consulta e pesquisa em geral (não especificado)	77.8%
Consulta e pesquisa para trabalhos escolares	19.5%
Consulta e produção de artigos	3.2%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 80: Já utilizou a Wikipedia?

Sim	Não	Total
59.6%	40.4%	100%

*Tabela 81: Utilização da Wikipedia por tipo de atividade**

Tipo de atividade	Percentual
Consulta	98.4%
Produção e edição de verbete	7.7%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



4.5. Efeitos culturais do uso da internet

Tabela 82: Percepção sobre maior tempo gasto com a internet em relação a outros meios de comunicação*

Tipo de atividade	Percentual
Jornais e revistas	84.1%
Rádio	79.8%
Livro	71.7%
TV	69.2%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.

Tabela 83: Entrevistados que já disponibilizaram conteúdo na internet, por tipo de conteúdo*

Tipo de conteúdo	Percentual
Fotos	94.8%
Vídeos	50.8%
Textos	47.6%
Músicas	33.5%
Livros	8.3%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



*Tabela 84: Entrevistados que tem o costume de compartilhar conteúdo na internet, por tipo de conteúdo**

Tipo de conteúdo	Percentual
Fotos	88.1%
Vídeos	77.4%
Textos	73.1%
Notícias	70.2%
Músicas	69.6%
Arte	41.5%
Livros	32.2%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.

*Tabela 85: Entrevistados que conheceram grupos culturais pela internet, por tipo de grupo**

Tipo de grupo cultural	Percentual
Música	74.7%
Dança	47.4%
Teatro	46.1%
Comunicação	43.7%
Cultura Popular	43.4%

*Questão estimulada e de múltipla escolha.



Tabela 86: Participou de projetos culturais pela internet?

Sim	Não	Total
10.3%	89.7%	100%

Tabela 87: Em quanto a internet aumentou o acesso dos entrevistados à produção cultural?

Nada	Pouco	Permaneceu o mesmo	Muito	Total
8%	20%	27.3%	44.7	100%



4.7. Efeitos econômicos do uso da internet

Tabela 88: Utilizou a internet pra buscar emprego?

Sim	Não	Total
59%	41%	100%

Tabela 89: Já conseguiu emprego pela internet?

Sim	Não	Total
32.9%	67.1%	100%

Tabela 90: Grau de importância da internet para o trabalho atual:

Nada	Pouco	Razoável	Muito	Totalmente	Total
26.6%	5.1%	19.2%	27.5%	21.6%	100%



Tabela 91: Conhece os sistemas de crowdfunding e crowdsourcing?

Sim	Não	Total
15.6%	84.4%	100%

Tabela 92: Já contribuiu para crowdfunding?

Sim	Não	Total
21.5%	78.5%	100%

Tabela 93: Já organizou algum crowdfunding?

Sim	Não	Total
7.7%	92.3%	100%

Tabela 94: Já organizou algum crowdsourcing?

Sim	Não	Total
11%	89%	100%



Tabela 95: Já ganhou dinheiro pela internet?

Sim	Não	Total
13.4%	86.6%	100%

*Tabela 96: Entrevistados que já ganharam dinheiro pela internet, por tipo de atividade**

Tipo de atividade	Percentual
Vendas	68.2%
Trabalho / Prestação de serviços	17.8%
Anúncios	8.4%
Jogos / Apostas / Sorteios / Concursos	5.6%
Respondendo a pesquisas	3.7%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



Tabela 97: Percepção sobre intensidade de trabalho com o advento da internet

Muito menos	Menos	A mesma intensidade	Mais	Muito mais	Total
3.6%	12.2%	51.1%	21.9%	11.2%	100%

*Tabela 98: Entrevistados que utilizam a internet para trabalhar em casa, por tipo de trabalho**

Tipo de trabalho	Percentual
Consultas e pesquisas	32.8%
Prestação de Serviços	23.5%
Comunicação / E-mail / Divulgação	21.2%
Produção de Conteúdo	18.1%
Vendas	10.2%
Trabalho Voluntário	0.7%
Outros	5.5%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



Tabela 99: Já teve algum problema de segurança na internet?

Sim	Não	Total
22.9%	77.1%	100%

*Tabela 100: Entrevistados que já tiveram problemas de segurança na internet, por tipo de problema**

Tipo de problema	Percentual
Vírus / Malware	45.6%
Invasão de conta e roubo de informações pessoais	44.1%
Fraudes Bancárias	8.2%
Compras em sites falsos	2.1%
Outros	1%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



Tabela 101: Se preocupa com a privacidade na internet?

Sim	Não	Total
83.2%	16.8%	100%

*Tabela 102: Entrevistados que se preocupam com a privacidade na internet, por tipo de preocupação**

Tipo de preocupação	Percentual
Privacidade / Exposição de dados, fotos pessoais e de familiares	84.2%
Dados bancários / Compras virtuais	9.1%
Invasões / Hackers / Falsificação / Manipulação	8.4%
Roubo de senhas	2.2%
Vírus / Malware	0.6%
Pedofilia	0.1%
Perseguição política	0.1%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



Tabela 103: Toma alguma medida de precaução na internet?

Sim	Não	Total
75.9%	24.1%	100%

*Tabela 104: Entrevistados que tomam medidas de precaução na internet, por tipo de medida**

Tipo de medida	Percentual
Utiliza antivírus / Firewall	37.8%
Evita compartilhar informações pessoais	34.7%
Bloqueia e exclui conteúdo pessoal nas mídias sociais	14.8%
Acessa somente sites conhecidos e confiáveis	11.8%
Usa senhas seguras / criptografia	9.8%
Não adiciona desconhecidos como amigos nas mídias sociais	2.5%
Não faz compras ou transações bancárias online	2.2%
Usa pouco a internet	1.9%
Só usa computador seguro	1.7%
Não usa mídias sociais	1.4%

*Questão espontânea e de múltipla escolha.



QUESTIONÁRIO

CONECTIVIDADE E INCLUSÃO DIGITAL PARA SÃO PAULO

Pesquisa de Campo

Nº Questionário:	Praça:	
Data:	Bairro:	Região:

1 – () Praça () Residência

SESSÃO A: Perfil do Entrevistado

2 – Nome completo (conforme RG): _____.

3 – Bairro que reside: _____.

4 – Sexo: [] M [] F

5 – Raça (IBGE):

- [] Branca
- [] Preta
- [] Parda
- [] Amarela
- [] Indígena

6 – Idade: ____.

7 – Estado Civil:

- [] Casado(a)
- [] Solteiro(a)
- [] Divorciado(a)
- [] Viúvo(a)

8 – Escolaridade:

- [] Sem escolaridade
- [] Fundamental incompleto
- [] Fundamental completo
- [] Ensino Médio incompleto
- [] Ensino Médio completo
- [] Superior incompleto
- [] Superior completo



- Pós Graduação incompleto
- Pós Graduação completo

9 – Renda Familiar (por salário mínimo: R\$724,00):

- 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

10 – 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)

11 – Tem filhos?

- Não
- Sim. Quantos? ____.
Idade dos filhos: _____.

12 – Tem computador em casa?

- Sim. Quantos computadores têm em casa? (*informar quantidade por tipo*)
 - Desktop
 - Laptop / Notebook
- Não. Motivo de não ter:
 - Custo elevado
 - Falta de necessidade
 - Falta de interesse
 - Falta de habilidade

13 – Você frequenta a praça? (*informar o nome da praça em cada bairro*)

- Sim
- Não

14 – Você tem celular?

- Não
- Sim. Quantas Linhas? ____.
 - Pré-pago.
 - Pós-pago.



15 – Você tem tablet?

- Não
 Sim. Quantos?_____.

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

B.1 - Uso da internet

16 – Utilizou a internet no último mês?

- Sim Não
(se sim, pular para a 18).

17 – Já utilizou a internet?

- Sim
 Não
Por que? (Motivos)
 Falta de habilidade
 Falta de interesse
 Não tem onde acessar
 Não tem condições de pagar o acesso

18 – 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

Diária.

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

- Manhã
 Horário de Almoço
 Tarde
 Final da Tarde
 Noite
 Dia Inteiro

19 – Quais equipamentos você costuma usar para acessar a internet?

- Computador de mesa (desktop)
 Notebook
 Tablet
 Celular
 Outro:_____.

20 – Onde você mais acessa a internet?

(Resposta aberta; se necessário estimular: Casa; Trabalho; Escola; Lan House/local de acesso pago; Telecentro; Cybercafé, restaurante ou bar; Biblioteca / Centro Cultural; Praça e/ou rua).



21 – Tem internet em casa?

- Não
- Sim
- Conexão discada.
- Banda Larga. Qual a velocidade? _____.

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

- Não
- Sim

23 – Costuma usar a internet sem fio fora de casa?

- Não
- Sim. Onde?
 - Praças
 - Biblioteca
 - Escola
 - Cafeterias, bares e restaurantes
 - Trabalho
 - Outros _____.

B.2 – Comportamento na internet

24 – O que você mais acessa na internet? (resposta aberta):

Você utiliza a internet para (25 a 29):

25 – Comunicação:

- Participar de rede social
- Enviar/receber email
- Enviar mensagem instantânea (whatsapp, msn)
- Conversar por meio de voz (skype)
- 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



26 – Acesso a informações sobre:

- Notícias em geral
- Educação (estudos) e/ou trabalho
- Bens e serviços
- Lazer e entretenimento
- Saúde ou serviços de saúde
- Viagens
- Dicionários *online*

27 – Lazer:

- Assistir filmes
- Ouvir musica
- Jogos online
- Rádio online
- Fotos
- Consultar programação cultural da cidade

28 – Compras:

- Pesquisar opções de produtos/serviços disponíveis antes de comprar
- Comprar produtos/serviços online
- Fazer sugestões/reclamar/recomendar um produto adquirido

29 – Acessar sites de governos?

- Não
- Sim

Qual(is)?

- Governo Federal;
- Governo Estadual:
- Prefeitura de São Paulo:

30 – Quais plataformas e serviços você usa na internet?

- | | | | |
|--|---------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <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"/> Orkut | <input type="checkbox"/> Flickr | <input type="checkbox"/> Blogspot | <input type="checkbox"/> Wordpress |
| <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"/> HANGOUT | | | |
| <input type="checkbox"/> Outros: _____ | | | |

31 – Desses, qual você mais utiliza?



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

Não

Sim. Qual(is)? _____.

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

Englobar em: amigos; pais; companheiro(a);

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

Microsoft Windows Linux Mac

Outro. Qual? _____.

35 – Qual navegador utiliza para acessar a internet?:

Windows Explorer Mozilla Firefox Google Chrome Safari

Outro. Qual? _____.

SEÇÃO C: Efeitos sociais do uso da internet

36 – 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

Com o acesso à internet, sua frequência de comunicação com (39 a 42):

37 – Amigos:

aumentou permaneceu a mesma diminuiu

38 – Familiares:

aumentou permaneceu a mesma diminuiu

39 – Contatos profissionais:

aumentou permaneceu a mesma diminuiu

40 – Contatos afetivos:

aumentou permaneceu a mesma diminuiu

41 – Você já conheceu pessoas na internet?

Não

Sim

Mantém contato?

Não Sim

Encontrou-se com alguma(s) pessoalmente?



Não Sim

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

Não

Sim

Onde?

Fóruns

comunidades nas redes sociais

sites de busca

43 – Já participou de evento convocado por rede social?

Não

Sim

SEÇÃO D – Efeitos políticos uso da internet

D.1 – Ação e Participação Política

44 – Já participou de manifestações convocadas pela internet?

Não

Sim

- Mais de uma vez? Não Sim.

- Conhecia as pessoas/grupos que organizaram? Não Sim.

45 – Já organizou manifestação pela internet?

Não

Sim. Qual(is): _____.

46 – Participa de algum grupo ou comunidade de discussão ou ação política na internet?

Não.

Sim. Qual(is): _____.

47 – Participa de atividades políticas fora da internet?

Não

Sim. De que tipo?

Movimento social

Voluntariado

Comunidade religiosa de ação social

Associação de Bairro

Partido político

ONG

Coletivo

Outros. Qual? _____.



48 – Participar de votações/consultas sobre política:

- Não
 Sim

49 – Assinar abaixo-assinados/petições online:

- Não
 Sim. De que tipo: _____.

50 – Participar de discussões sobre temas relevantes para a cidade?

- Não
 Sim. Quais: _____.

D.2 – Serviços e Políticas Públicas

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

- Não Sim Qual(is)
- 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 _____.

52 – Acessa sites e portais governamentais?

- Não
(pular para a 54)
 Sim. Quais
- Sites do Governo Federal
 - Governo Estadual
 - Prefeitura de São Paulo

53 – Para que você acessa sites e portais governamentais?

- Informação: Quais as mais usadas? _____.
- Serviços: Quais os mais usados? _____.
- Denúncias
- Reclamação
- Fiscalização do Poder Público



SEÇÃO E – Efeitos educacionais do uso da internet

54 – Você utiliza a internet para estudos?

Não (*pular para a 57*) Sim.

55 – Qual(is) site(s) você mais utiliza nos seus estudos? (Resposta aberta)

56 – Você acha que a internet influenciou você a estudar mais?

Não Sim

57 – Atualmente você está fazendo algum curso?

Não

Sim

- Ensino médio
- língua estrangeira
- curso técnico
- curso profissionalizante
- curso superior
- pós graduação
- difusão cultural/extensão
- EJA – Educação de Jovens e Adultos
- Outros. Qual(is): _____.

58 – Você acessa a sua escola pela internet?

Não

Sim. Para quê?

- consultar notas
- consultar calendários
- fomentar debates em fóruns
- disponibilizar conteúdos de formação
- aplicar atividades e avaliações
- veicular palestras e conferências
- serviços de secretaria



59 – Você já fez/faz algum curso via internet?

- Não
 Sim. Qual?
 Língua estrangeira
 curso técnico
 curso profissionalizante
 curso superior à distância
 Outros:_____.

60 – Você costuma baixar livros e/ou e-books?

- Não Sim

61 – Você consulta artigos científicos e/ou da mídia?

- Sim. Para quê:_____.

62 – Você já utilizou a Wikipedia:

- Não
 Não Sim. Para quê? Consulta Produção e Edição de Verbete.

SEÇÃO F: Efeitos culturais do uso da internet

F.1 – Cultura de comunicação

63 – 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 |

64 – 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 |

65 – 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 Sim Não
Fotos Sim Não
Livros Sim Não
Arte Sim Não

F.2 – Relação entre internet e cultura

66 – Já conheceu um grupo cultural pela internet?

Teatro Sim Não
Música Sim Não
Comunicação Sim Não
Cultura Popular Sim Não
Dança Sim Não

67 – Você já participou de projetos culturais pela internet?

Não
 Sim. Qual(is): _____.

68 – 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:

69 – Você já utilizou a internet para buscar emprego:

Não Sim.

70 – Já conseguiu emprego pela internet?

Não Sim

71 – 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

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

Não (*pular para a questão 76*) Sim

73 – Já contribuiu para crowdfunding?

Não Sim

74 – Já organizou crowdfunding?

Não Sim



75 – Já realizou algum trabalho de crowdsourcing?

Não Sim

76 – Você já ganhou dinheiro na internet?

Não Sim. Com o quê (venda, trabalho etc.)?

_____.

77 – Você utiliza a internet para trabalhar em casa?

Não

Sim. Que tipo de trabalho? _____.

78 – 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

79 – Você teve algum problema de segurança na internet?

Não

Sim. Qual? _____.

80 – Você se preocupa com a sua privacidade na internet?

Não

Sim. Qual? _____.

81 – Toma alguma(s) precaução(ões)?

Não

Sim. Qual? _____.