



## **Internet e Cidadania: Usos Sociais da Rede em Espaços de Acesso Coletivo como Estratégia para Integração Cidadã em Santa Maria<sup>1</sup>**

Liliane Dutra Brignol<sup>2</sup>; Pedro Henrique Antunes<sup>3</sup>; Carlos Renan Sanchotene; Caroline Kleinübing; Matheus Rivé; Priscila Costa<sup>4</sup>

Centro Universitário Franciscano

### **Resumo**

O artigo apresenta resultados de pesquisa desenvolvida por uma equipe do curso de Comunicação Social/Jornalismo da Unifra, cujo objetivo foi mapear usos sociais da Internet em espaços de acesso coletivo em Santa Maria, de modo a identificar alternativas para a inclusão digital. Ancorada nos conceitos de mediação e cidadania, a pesquisa se propôs ao levantamento de cibercafés, observação participante, aplicação de questionários e entrevistas com usuários. Com a análise, foi possível conhecer os sujeitos que utilizam os cibercafés, suas motivações e como esses ambientes se configuram hoje como estratégia para integração ao mundo da informação, entretenimento e interação da Internet.

**Palavras-chave:** Internet; Cidadania; Inclusão Digital.

A Internet é apontada como um meio que revoluciona as possibilidades de comunicação. O papel que ela ocupa na vida e os reflexos de suas apropriações na relação com outras mídias e na comunicação interpessoal são temas de discussões intensificados com a expansão de seus usos. Entretanto, grande parte da população mundial continua excluída da chamada era digital. As diferenças no acesso são acentuadas em países periféricos e mesmo em países em desenvolvimento como o Brasil.

Segundo dados divulgados pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR - NIC.br<sup>5</sup>, baseados em pesquisa feita com dez mil brasileiros em 2006, 54,4% da população nunca usou um computador e 67% nunca navegou na Internet. A pesquisa sinaliza também que fatores socioeconômicos ainda são os principais determinantes do acesso às tecnologias da informação no Brasil, já que o acesso a computadores e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT de Práticas Sociais de Comunicação, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

<sup>2</sup> Doutoranda em Ciências da Comunicação (Unisinos), Mestre em Ciências da Comunicação (Unisinos), professora de Comunicação Social/Jornalismo do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA), Rio Grande do Sul, Brasil.

<sup>3</sup> Bolsista PROBIC, acadêmico de Comunicação Social /Jornalismo da UNIFRA.

<sup>4</sup> Pesquisadores colaboradores, acadêmicos de Comunicação Social /Jornalismo UNIFRA.

<sup>5</sup> A Nic.br (www.nic.br) é uma entidade civil, sem fins lucrativos, criada para implementar as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil - CGI.br (www.cgi.br), que é responsável por coordenar e integrar as iniciativas de serviços da Internet no País.



serviços da Internet continua concentrado nas grandes regiões metropolitanas, famílias mais ricas e com nível de escolaridade mais alto.

Mesmo assim, a presença de computadores nos domicílios passou de 16,6% em 2005 para 19,6% em 2006, e as regiões Sul e Sudeste ficaram acima da média nacional, com 25% dos domicílios com o equipamento, embora o tipo de conexão mais freqüente continue sendo por modem *dial-up*, devido aos valores elevados das taxas para banda larga.

Ainda de acordo com a pesquisa, o local predominante de acesso à rede é a própria casa, com 40%, seguido pelo centro público de acesso pago, como os cibercafés (30%), e o trabalho, 24,4%. Um dos dados que apóia a importância da pesquisa aqui apresentada sobre os cibercafés de Santa Maria é o incremento do acesso em espaços de acesso coletivo pago percebido principalmente nas classes C (de 19,55% em 2005 para 35,54% em 2006) e DE (de 30,02% em 2005 para 48,08% em 2006), o que aponta uma apropriação diferenciada que vindo sendo feita da Internet nesses ambientes por sujeitos que, de outra maneira, estariam excluídos da rede mundial de informações.

É com base na observação desse contexto que surgiu a motivação para investigar as apropriações cotidianas feitas por usuários da rede, moradores da cidade de Santa Maria. O objetivo do projeto, desenvolvido durante o ano de 2006 com apoio institucional da Unifra<sup>6</sup>, foi mapear os usos sociais da Internet em espaços de acesso coletivo em Santa Maria, de modo a identificar alternativas para a inclusão digital no contexto local e refletir sobre os modos como as apropriações da rede mundial de computadores atuam como estratégias para integração e participação cidadã. A questão implicava em descobrir estratégias de acesso acionadas por uma amostra da população, a partir do mapeamento das apropriações feitas da Internet em locais que oferecem uso coletivo, como cibercafés, *lanhouses*, escolas e outros espaços.

Embora partindo de um cuidado para não assumir como *a priori* as ditas vantagens democráticas da rede mundial de computadores, como bem pondera Gomes (2005) ao relatar as recorrências na bibliografia publicada principalmente na década de 90 sobre a Internet, entende-se, a partir da observação de práticas concretas, possível perceber que a Internet vai se configurando como um meio de comunicação que, por suas lógicas de produção diversas das mídias tradicionais, surge como alternativa para um tratamento diferenciado das informações.

---

<sup>6</sup> Com horas de pesquisa e a destinação de uma bolsa PROBIC.



Mais do que isso, a Internet possibilita a consolidação de espaços comunicacionais de interação entre seus usuários que pode servir, não apenas para informar, mas também facilitar a aproximação entre sujeitos geograficamente distantes, dinamizar relações, configurar modelos renovados de interação, além de facilitar o acesso à esfera da produção midiática através de apropriações diversas de seus espaços comunicacionais, como *blogs*, *chats*, redes sociais *online*, correio eletrônico, *sites* pessoais, entre outros.

A redução das distâncias entre emissor e receptor, numa aproximação e mistura entre as duas esferas, define, justamente, uma das características que coloca a Internet como uma mídia que redimensiona o processo de comunicação pela possibilidade de maior participação desde a ruptura do modelo de ‘um para todos’ até se vislumbrar a possibilidade da produção de ‘todos para todos’, como aponta Lemos ao analisar o que chama de “liberação do pólo da emissão” (2003).

Entende-se, no entanto, que essas características não podem ser estendidas a todos os espaços da Internet e parte-se do cuidado de não reduzir a discussão a uma contraposição entre mídias tradicionais e Internet, o que levaria a uma polarização do debate. Entretanto, observa-se que há uma multiplicação das possibilidades de produção, com a proliferação de *sites* pessoais, *blogs* e *sites* com temáticas específicas na *web*, fazendo vislumbrar a possibilidade dessa liberação do pólo da emissão, com a oportunidade de publicação de conteúdo a qualquer um que disponha de acesso à Internet, mesmo que este seja consultado por um número restrito de pessoas.

Neste duplo movimento, em uma complexificação das questões problematizadas, a Internet é entendida como um grande ambiente comunicacional que, em alguns momentos inspirada em outras mídias e desde características específicas, permite apropriações, quer na esfera da produção ou na dos usos, que podem garantir uma participação mais plural de modo a atuar para a definição de um modelo renovado de construção de acesso às informações e conseqüente integração cidadã.

### **Dos usos sociais à construção do conceito de cidadania**

Ancorado em um referencial teórico que privilegia o conceito de mediação (Martín-Barbero, 2001), entende-se que os usos sociais da Internet são definidos por um conjunto de entornos que interage na construção dos significados atribuídos às mídias, ajudando a estabelecer escolhas entre opções disponíveis.

As preferências de acesso às possibilidades da Internet, mesmo que limitadas pelas imposições tecnológicas, são determinadas pela capacidade de produção de



sentido de cada indivíduo, garantida através de suas identificações e também de sua relação com a história, valores, hábitos e tradições. Como sistemas de referência e reconhecimento, as identidades também desempenham um papel importante na interação de cada indivíduo com a realidade a sua volta, atuando no processo de produção e apropriação dos bens culturais.

É por meio das mediações, variáveis de acordo com o receptor, que se produz o sentido – não definido somente no momento da produção, mas estabelecido a partir do modo como vai sendo apropriado. Nessa perspectiva, Martín-Barbero diz que as mediações são os lugares onde se produz a comunicação. Em sua metáfora de mapa noturno para explorar o campo, elas constituem esse novo espaço para pensar a comunicação a partir da cultura. É no deslocamento do interesse dos meios para o lugar onde é produzido o seu sentido, que são pensadas as dinâmicas dos usos sociais dos meios de comunicação, complexos e, muitas vezes, imprevisíveis. Nesta lógica, percebe-se a possibilidade de que bens simbólicos e mensagens possam ser transformados em seus usos sociais, sempre múltiplos e mediados.

A competência cultural, conceito chave nessa pesquisa, representa uma das mediações fundamentais propostas por Martín-Barbero (1987)<sup>7</sup>, atuando para que se estabeleçam as diferenciações na apropriação dos meios de comunicação. Para o pesquisador, é através da mediação da competência cultural que se percebe como as diferenças de classe e as diferenças culturais articulam o modo de ver e de se manifestar no tempo e no espaço cotidiano.

Assim, a competência cultural pode ser entendida como a capacidade de cada indivíduo apropriar-se de algo, baseado em suas possibilidades de produção de sentido. A formação educacional, através do acesso ao ensino formal, da leitura e do domínio de idiomas é um dos elementos determinantes da competência cultural. O consumo cultural, ou seja, a disponibilidade de bens simbólicos como livros, TV, CDs, jornais, revistas, cinema, teatro, turismo e Internet, também define uma competência cultural diferente para cada pessoa, que ainda é influenciada por fatores como idade, gênero e origem étnica.

Nesse contexto, de mediações dos usos sociais das mídias, pensar as questões de cidadania implica, num afastamento do conceito clássico de acesso a direitos civis, políticos e sociais (CARVALHO, 2002), compreendê-la ainda como uma questão de

---

<sup>7</sup> As outras duas são a cotidianidade familiar e a temporalidade social.



pertencimento e possibilidade de acesso à informação. Trata-se de uma condição de cidadania diferenciada, com a possibilidade de participação social, acesso, troca e construção de informação – também desde usos da Internet em espaços coletivos de acesso.

Ao longo das discussões motivadas pela pesquisa percebeu-se, portanto, a necessidade de repensar as bases para construção do conceito de cidadania hoje, que, segundo Maria da Glória Gohn (2003, p.170-202), é marcado pelo impacto dos movimentos sociais como sujeitos históricos que construíram a expressão cidadania coletiva, em um primeiro deslocamento do conceito tradicional.

A construção da idéia de cidadania multicultural é atribuída a Kymlicka (1995), a partir, sobretudo, de demandas de imigrantes, que acabaram dando origem a novas gerações de direitos. Segundo Gohn, essa abordagem entende a cidadania como fruto e produto de uma identidade. Semprini (1999) aborda a dificuldade de se construir a idéia de um espaço público multicultural e as insuficiências de um modelo de integração que tende a homogeneizar as diferenças ou simplesmente remetê-las à esfera privada, enquanto permanece uma concepção segundo a qual o espaço da cidadania deveria continuar ‘neutro’. A constatação faz o autor defender a necessidade de adoção de uma definição diferente de cidadania, menos abstrata e não exclusivamente política.

Entretanto, de todas as reelaborações em torno do conceito de cidadania, pareceu mais fértil para a pesquisa a idéia de cidadania comunicativa, como um esforço teórico para vinculação entre as noções de comunicação e cidadania, proposto por pesquisadores latino-americanos como Maria Cristina Mata e Carlos Camacho.

Em uma aproximação à idéia do impacto das mídias para a experimentação de condições diferenciadas de cidadania, Mata atribui à noção o caráter de recurso necessário para repensar um modo de ser no mundo hoje. Dessa forma, a pesquisadora faz pensar sobre o papel das relações de multiculturalismo e de centralidade da mídia para a redefinição da cidadania em termos de múltiplos campos de atuação. Desde esse contexto de percepções, Mata analisa a crescente exibição nos meios de comunicação de práticas políticas, como ampliação do espaço público e conseqüente fortalecimento da cidadania através, por exemplo, do que ela define como uma maior possibilidade de vigilância e de controle de atos do governo e de outros setores do poder.

A pesquisadora realiza a análise de uma tendência da mídia de apenas retratar, de maneira mercantil e descontextualizada, representações de parcela dos cidadãos marginalizados e excluídos dos processos de tomada de decisão, apresentados sempre



como sujeitos de demanda, até a ampliação rumo a um movimento de efetiva construção de participações cidadãs via acesso dos meios de comunicação, refletindo o papel dos cidadãos como efetivos sujeitos de ação.

Essa ‘nova cidadania’ construída através de atravessamentos midiáticos também é objeto de estudo do pesquisador boliviano Carlos Camacho (2003), que parte da constatação de que cada vez mais os meios de comunicação, e muito através das tecnologias da comunicação e da informação, se constituem no âmbito de representação simbólica onde diferentes grupos sociais reconfiguram suas identidades, expressam suas demandas, debatem os assuntos públicos e se reconhecem como membros de uma comunidade.

Ambos partem de considerações de pesquisadores dos estudos culturais latino-americanos, como o próprio Martín-Barbero, base também dessa investigação, e caminham rumo à construção de um modelo teórico para compreender as intersecções entre mídias e cidadania. Tais formulações ajudaram a definir o eixo por onde investiu-se nessa proposta de pesquisa, que, desde a aproximação a uma situação específica de usos da Internet, tensiona os conceitos já estabelecidos de modo a refletir sobre apropriações da mídia como participação cidadã dos sujeitos envolvidos no processo de comunicação.

### **Na busca de um olhar etnográfico sobre os cibercafés**

A opção no projeto foi pelo uso de diferentes procedimentos metodológicos, numa abordagem qualitativa. A estratégia implicou em desenvolver um olhar etnográfico sobre os espaços coletivos de acesso à Internet, permitindo levantar questões, a partir da observação concreta. O trabalho foi desenvolvido de março a dezembro de 2006 por um bolsista PROBIC, quatro alunos colaboradores e uma professora orientadora, que se dividiram em atividades dirigidas de estudo, como seminários temáticos, levantamento bibliográfico e leituras, além da ida a campo, sistematização e análise dos dados.

Entende-se como perspectiva etnográfica a adoção de uma metodologia artesanal que reúne diferentes técnicas de pesquisa a fim de permitir a descrição e conseqüente interpretação do contexto investigado por meio, sobretudo, da observação. Neste sentido, a construção metodológica aproxima-se do que Sá (2001) propõe como “netnografias das redes digitais de computador” e apóia-se no percurso desenvolvido em pesquisa anterior (BRIGNOL, 2004).



A primeira etapa do trabalho empírico consistiu da identificação e observação exploratória de 25 locais de acesso coletivo à Internet de Santa Maria. Depois de uma visita inicial, os pesquisadores faziam anotações sobre o espaço, sua organização, usos mais frequentes da Internet, restrições de acesso, valor cobrado, média e perfil de usuários, além da observação de outros serviços prestados e considerações gerais. Todas as informações foram sistematizadas em fichas de análise que ajudaram no segundo momento da pesquisa, quando o grupo selecionou cinco cibercafés, com características distintas definidas por localização (centro e bairros), estrutura (maior e menor número de computadores) e perfil de usuários (faixa etária, principais usos, público diversificado). Depois de escolhidos, iniciou-se uma aproximação mais efetiva aos cibercafés, a partir do uso da técnica da observação participante.

A análise durou duas semanas, e, a partir dos dados levantados na observação, foi formulado um questionário com 17 perguntas, divididas nos eixos: perfil do usuário, acesso à Internet e usos da Internet. O instrumento foi aplicado para 100 usuários de cibercafés. Mesmo que a descrição dos dados a seguir apresente as porcentagens encontradas, a pesquisa não se propõe a construir uma perspectiva quantitativa sobre o universo de usuários de cibercafés em Santa Maria. Trata-se, sim, de uma abordagem quali-quantitativa, pois todos os critérios para a seleção da amostra e mesmo o número de total de entrevistados baseia-se, não em levantamentos estatísticos, mas nos objetivos da pesquisa, e, a partir daí, aponta tendências de apropriações da Internet.

A última etapa consistiu na realização de entrevistas semi-estruturadas com cinco sujeitos selecionados a partir da análise dos dados dos questionários. Como critério para a escolha dos entrevistados foi definido um conjunto de fatores que privilegiasse a diversidade de tipologias que compunham a amostra, com uma variação de gênero, idade, profissão e acesso ao computador e à Internet.

### **Um panorama do acesso coletivo à Internet em Santa Maria**

A combinação de técnicas de pesquisa, sobretudo desde o mapeamento inicial, garantiu que se percebesse uma concentração de locais de acesso coletivo à Internet no centro de Santa Maria, e a insuficiência de projetos públicos de inclusão digital na cidade. Com exceção da oferta de computadores com Internet em escolas e universidades (na maioria das vezes restrita para seus alunos), foram registradas apenas duas iniciativas com uso gratuito, mas tempo limitado para utilização e eventuais problemas de funcionamento dos equipamentos.





A prefeitura de Santa Maria, durante o ano de 2006, mantinha quatro computadores para acesso livre de custos à Internet, disponíveis na Casa de Cultura, localizada no centro da cidade. Como o número de equipamentos é pequeno, o tempo de uso é restrito a quinze minutos. Ali é possível visitar qualquer tipo de informação na rede, exceto sites de caráter pornográfico.

Depois de um período desativado, o espaço para uso de computadores da Câmara de Vereadores foi reinaugurado em novembro de 2006, através do projeto Câmara.com. São dez computadores que podem ser usados para pesquisas, verificação de correio eletrônico e elaboração de currículos pessoais.

Nesse contexto, são poucos os ambientes com oferta de computadores para quem não dispõe dos equipamentos em casa e os cibercafés surgem como alternativas de acesso à Internet. Com preço médio variando de R\$ 1 a R\$ 3 por hora de uso do computador, esses espaços revelam uma diferenciação de público relacionada com características de sua estrutura física, localização, outros serviços oferecidos e, mesmo, pelo valor cobrado. Assim, em uma mesma quadra do centro da cidade é possível encontrar espaços com perfil de usuários mais jovens ou formado por profissionais, ambientes dirigidos para uso de jogos em rede ou acesso a *sites*. Há, ainda, espaços com uso mais privativo dos computadores, dispostos em gabinetes fechadas, e outros em que há uma mediação maior por parte dos monitores, que podem observar o tipo de informação visualizada em cada computador.

O que se percebe, também, é uma tendência de agregar o serviço de oferta de computador com Internet a estabelecimentos dos mais diferentes ramos, o que garante um fenômeno de proliferação desses espaços pela cidade, indicando uma demanda por democratização do acesso à Internet.

Normalmente, os ciberns dispõem de serviços de xerox, impressão, fax, digitação, gravação de CDs, podendo ainda vender produtos, desde os relacionados à informática até alimentos para serem consumidos enquanto os computadores são usados ou para levar para casa.

Este é o caso do que acontece em um dos cinco ambientes observados ao longo de duas semanas pela pesquisa, que originalmente funcionava como um pequeno restaurante e acabou agregando duas máquinas para acesso à Internet de seus usuários. Outro aproveitava um pequeno espaço em um corredor disponível em uma loja de variedades para dispor os computadores e garantir um lucro extra com a oferta do





serviço. Mesmo com uma estrutura que não privilegiava a privacidade, apresentava um fluxo intenso de usuários, atribuído ao preço mais baixo e também à localização central.

O terceiro cibercafé destacava-se dos demais por apresentar um perfil de público mais velho, com alguns dos usuários que aprenderam a lidar com a Internet nos computadores ali disponíveis, além de outros profissionais que atuam em empresas próximas e usam o espaço nos horários de intervalo, sendo identificados com cartão de clientes preferenciais, o que lhes permite marcar horários com antecedência para garantir o uso do computador preferido.

A estrutura mais ampla e o maior número de computadores foi observada no quarto cibercafé selecionado, que dividia seu público em salas diferentes para os que buscavam jogos em rede – público com perfil mais jovem e barulhento – já que interagem entre si – e os usuários da Internet, para quem eram disponíveis, inclusive, gabinetes fechadas para o acesso privativo ao computador.

Um clima mais familiar e de amizade foi percebido no único cibercafé estudado que se localizava fora do Centro, no bairro Camobi. Organizado em uma garagem, mas com uma estrutura ampla e bem iluminada, o espaço é administrado por uma família, donos da casa, que se revezam como monitores do local. Também os usuários são, muitas vezes, vizinhos que se conhecem e conversam até mesmo enquanto usam o computador.

### ***Perfil dos usuários e apropriações mais frequentes da rede***

Através da análise dos 100 questionários aplicados em diferentes cibercafés localizados na cidade, foi possível levantar tendências do perfil dos usuários. Quanto à faixa etária, 89% dos entrevistados têm entre 10 e 29 anos, sendo que destes, a concentração maior de usuários está na faixa de 20 a 29 anos (52%). Entre 30 e 39 anos estão 7% dos entrevistados, apenas duas pessoas que responderam ao questionário têm de 40 a 49 anos e uma única está na faixa dos 50 a 59 anos<sup>8</sup>, o que indica uma maioria jovem entre os frequentadores dos cibercafés, confirmando a concentração de acessos observadas nos indicadores gerais da Internet.

Entre os entrevistados, 51 mulheres e 48 homens<sup>9</sup>, estão moradores de 33 bairros diferentes de Santa Maria, entre eles Centro (33 pessoas), Camobi (10), Itararé (8),

---

<sup>8</sup> Um entrevistado não respondeu.

<sup>9</sup> Um entrevistado não respondeu.



Medianeira (6) e Nossa Senhora dos Dolores (6). O lazer da maioria dos entrevistados (52%) envolve atividades na Internet, seguido da audiência à televisão (45%), esportes (38%) e leitura (37%).

A Internet aparece também como o principal meio de informação, presente no cotidiano de 67 entrevistados. Depois aparece a televisão (65 entrevistados) e o jornal impresso (60), seguidos pelo rádio (32) e revistas (30)<sup>10</sup>.

Ensino Superior incompleto foi a opção assinalada pela maioria dos entrevistados: 37% indicaram fazer um curso universitário, revelando-se, portanto, como estudantes. Com Ensino Médio completo ou incompleto estão 42% dos usuários; 8% têm Superior Completo; e 5% têm apenas Ensino Fundamental, enquanto os restantes 6% já cursaram algum Ensino Técnico<sup>11</sup>.

Uma das questões abertas com mais variedade de respostas foi quanto à atividade profissional. O objetivo era conhecer o perfil socioeconômico e o tipo de necessidade de acesso à Internet demandado pelas diferentes atuações encontradas. Foram 29 atividades apontadas pelos entrevistados, destacando-se a de estudante, como já percebido na questão anterior, com 56% das respostas. Interessante associação quanto aos usos da Internet foi observada pelos entrevistados desempregados, 7%, que mostraram buscar os cibercafés para o preenchimento de currículos *online* e a visita de *sites* com ofertas de empregos.

Um dado que chamou a atenção foi a existência de computador na casa de 56% dos entrevistados – o que leva a questionar a necessidade do uso dos cibercafés. Entretanto, 62% não possui acesso à Internet em suas residências, mesmo que parte tenha computador. Outra informação que confirma a motivação para a busca dos cibercafés, obtida na última etapa de coleta de dados através das entrevistas, é que o tipo de conexão nas casas, muitas vezes, ainda é inferior ao que é oferecido nos estabelecimentos de acesso coletivo, pois uma parcela maior dos entrevistados segue apenas com a conexão via linha discada (modem *dial up*), enquanto os ciberns oferecem uma conexão rápida através de banda larga.

Outros locais de uso da Internet, além dos cibercafés, que aparecem como alternativa de acesso, são a universidade ou escola (50%), o trabalho (23%) e a casa de amigos (3%). Apenas 2% dos entrevistados afirmaram usar os locais de acesso gratuito mantidos por projetos públicos.

---

<sup>10</sup> Observa-se que em várias questões fechadas eram possíveis múltiplas respostas.

<sup>11</sup> Os 2% restantes não responderam.



A frequência média de acesso à Internet para 45% dos entrevistados é diária, enquanto 36% acessam de duas a três vezes por semana e 18% usam a rede menos de uma vez por semana<sup>12</sup>. O tempo médio de uso do computador no cibercafé é, para 49% dos entrevistados, entre 30 minutos e uma hora, e as principais finalidades para o uso da Internet são pesquisa (76%), informação (62%), lazer (46%) e relacionamento (34%).

Ao escolher entre as múltiplas opções oferecidas no questionário sobre os principais usos da Internet, a maioria destacou *e-mail* (86%), *sites* de relacionamentos, como Orkut (59%), e programas de trocas de mensagens instantâneas, como MSN Messenger (49%), apropriações que implicam atividades de interação entre os usuários.

Os *sites* de universidades e escolas são acessados por 52% e *sites* de bibliotecas por 25% da maioria de estudantes dos usuários dos cibercafés, enquanto *sites* de notícias são preferidos por 38% e *sites* do governo, por 17%. Os *blogs* e *fotologs* são acessados por 13% e a compra de produtos pela rede por 12%. *Chats* (10%), bancos *online* (9%) e cursos *online* (8%) foram os itens apontados com menor preferência pelos usuários.

Sessenta e sete *sites* foram listados pelos entrevistados como seus preferidos, mas, como a observação inicial feita na análise da dinâmica dos cibercafés pôde indicar, a concentração dos acessos dirige-se para o *site* de relacionamentos Orkut (34 pessoas), *site* de pesquisas Google (22), portal Terra (19) e portal Yahoo (13). Os demais dividem-se em usos de *sites* de notícias (Folha de São Paulo, Ricardo Noblat, ClicRBS, Globo.com, revista Isto É, Le Monde, Diário de Santa Maria), *sites* de correio eletrônico (Hotmail, Bol), *sites* de universidade (Unifra, UFSM), *sites* com informações sociais de Santa Maria (Arrego, GiroVip, Biasoli), além de algumas indicações de sites de empregos, de concursos, sobre música, de jogos ou de comércio eletrônico.

### **Considerações finais**

A primeira reflexão a ser feita a partir dos dados da pesquisa é quanto à necessidade de se ampliar o conceito de cidadania, neste contexto de apropriação à rede mundial de computadores, incluindo ao tripé do conjunto de direitos civis, sociais e políticos, o direito ao acesso à informação e à possibilidade de inclusão à diversidade de possibilidades comunicativas da Internet.

Ainda que, como indicaram os questionários e as entrevistas, parte significativa dos acessos continue direcionada a um número restrito de *sites*, muitas vezes

---

<sup>12</sup> Também nessa questão um entrevistado não respondeu.



pertencentes a grandes empresas, a Internet permite a consolidação de espaços comunicacionais que podem ampliar o acesso à informação e a autonomia de definição dos caminhos a serem percorridos por seus usuários.

A interação entre os usuários, percebida no significativo uso relacionado à troca de correios eletrônicos, mensagens *online* e participação em comunidades virtuais, como por meio dos *sites* de relacionamentos, pode servir, não apenas para informar, mas também facilitar a aproximação entre sujeitos geograficamente distantes, dinamizar relações, configurar modelos renovados de contato, além de facilitar o acesso à esfera da produção midiática através de apropriações diversas de seus espaços comunicacionais, como pela visita e também criação de *blogs*, *fotologs* e *sites* pessoais.

O que parecia, no começo da pesquisa, como uma apropriação da Internet pouco associada à consolidação de uma participação cidadã, através do acesso a *sites* de relacionamentos e de programas de trocas de mensagens para bate-papo *online*, aos poucos foi se revelando como uma necessidade de integração dos sujeitos entrevistados ao universo de interação possibilitado hoje pela ampliação das ofertas comunicativas da Internet.

Os espaços como os cibercafés configuram-se, assim, como oportunidades de aproximação às potencialidades da rede mundial de computadores, definindo uma estratégia de inclusão àqueles que, de outra forma, estariam à margem dessa forma de comunicar, quer pela falta de um computador, quer pela conexão de baixa qualidade disponível em casa, o que limita o tempo de acesso e define o tipo de uso que acaba sendo realizado.

Um dado que se destaca na análise é o acesso feito a *sites* do governo, de escolas e universidades, além da importância da pesquisa como definidora de uma motivação para uso da Internet, revelando que os cibercafés também são espaços de estudo e de realização de serviços públicos, como atualizações de CPFs, declaração de imposto de renda, consultas a editais de concursos, matrículas *online*, entre outros. Em alguns dos cibercafés, de acordo com a época, são afixados cartazes com dicas de como realizar alguns desses serviços e os monitores servem de guias para as dúvidas mais frequentes.

Além desse uso direto, observou-se que os cibercafés oferecem a oportunidade do contato, muitas vezes inicial, ao computador e seu universo, conferindo uma certa competência aos sujeitos que pode significar um diferencial na hora de conseguir um emprego. Em alguns casos, por exemplo, contas de *e-mail* são criadas para o preenchimento de currículos pessoais.



Através desses dados foi constatado que, entre os sujeitos pesquisados, a Internet é pouco usada como instrumento de integração no sentido de atuar na sociedade civil por meio de mobilizações ou organizações formais, mas serve, algumas vezes, como meio de conhecimento dos direitos, deveres e de contato à esfera pública. Além disso, é possível considerar que o uso de correio eletrônico e *sites* de relacionamento pode ser um meio de inclusão social, através da informação e da interação entre pessoas de diferentes realidades.

Um público jovem, prioritariamente formado por estudantes, configura uma característica especial aos usuários de cibercafés de Santa Maria, marcada pela dinâmica própria da cidade. Suas motivações e competências para buscar a Internet e se comunicar através dela mostram-se diretamente relacionados ao seu perfil etário, interesses e, mesmo, conhecimentos formais e informais.

O uso simultâneo da Internet para conhecimento, divertimento, trabalho e aprendizado, por este público cujas atividades de informação e lazer são direcionadas para a rede, revela outra característica essencial para se compreender a importância do acesso ao computador hoje, quando dimensões diferentes da vida podem ser acionadas por apropriações da Internet, encontrando-se cada vez mais imbricadas. É possível fazer ‘tudo ao mesmo tempo’ quando se está diante do computador e, como a pesquisa indica, buscam-se alternativas para a garantia do acesso a esse equipamento tão presente no cotidiano, ao ambiente comunicacional da Internet e a todas as suas possibilidades de usos.

### ***Referências Bibliográficas***

BRIGNOL, Liliane Dutra. **Identidade cultural gaúcha nos usos sociais da Internet: um estudo de caso sobre a Página do Gaúcho**. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). UNISINOS, São Leopoldo.

CAMACHO, Carlos A. Azurduy. América Latina, en el reto de construir puentes con y entre las ciudadanías. **Sala de Prensa**. n. 59.ano V. set. 2003. Disponível em: <http://www.saladeprensa.org/art485.htm>. Acesso em: set. 2006.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista Famecos**. n.27. ago 2005.



GOHN, Maria da Glória. Cidadania, meios de comunicação de massas, associativismo e movimentos sociais. In: PERUZZO, Cecília Maria Krohling; ALMEIDA, Fernando Ferreira (orgs.). **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom; Salvador: Uneb, 2003.

GUBER, Rosana. **La etnografía: método, campo y reflexividad**. Buenos Aires: Norma, 2001.

KYMLICKA, Hill. **Multicultural citizenship: a liberal theory of minority rights**. Oxford: Clarendon Press, 1995.

LEMOS, André. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos medios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

\_\_\_\_\_. **Comunicación y cultura** – Unas relaciones complejas. Madri: Perspectivas, 1990.

\_\_\_\_\_. **De los medios a las mediaciones**. México: Gustavo Gilli, 1987.

MATA, Maria Cristina. Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación. In: **Diálogos de la comunicación**. n.64. Disponível em: <<http://www.comunit.com/la/teoriasdecambio/lacth/lasld-229.html>>. Acesso em: mai. 2006.

SÁ, Simone Pereira de. **Netnografias nas redes digitais**. Brasília: Compós, 2001. (Anais do X Congresso Anual da Compós).

SEMPRINI, Andrea. **Multiculturalismo**. Bauru, SP: Edusc, 1999.