

INTERNET E CIDADANIA: USOS SOCIAIS DA REDE EM ESPAÇOS DE ACESSO COLETIVO COMO ESTRATÉGIA PARA INTEGRAÇÃO CIDADÃ EM SANTA MARIA¹

INTERNET AND CITIZENSHIP: SOCIAL USES OF THE NET IN SPACES OF COLLECTIVE ACCESS AS A STRATEGY FOR CITIZEN INTEGRATION IN SANTA MARIA

**Pedro Henrique Antunes², Priscila Costa², Caroline Kleinübing²,
Matheus Rivé², Carlos Renan Sanchotene² e Liliane Dutra Brignol³**

RESUMO

No artigo, apresentam-se resultados de pesquisa desenvolvida por uma equipe do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Unifra, cujo objetivo é mapear usos sociais da *internet* em espaços de acesso coletivo em Santa Maria, de modo a identificar alternativas para a inclusão digital. A partir dos conceitos de mediação e cidadania, a pesquisa se propôs ao levantamento de cibercafés, observação, aplicação de questionários e entrevistas com usuários. Com a análise, é 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.

ABSTRACT

The article presents some results of a research developed by a group of Social Communication/Journalism at Unifra, whose objective was to identify the Internet social uses in spaces of collective access in Santa Maria, in order to identify alternatives for the digital inclusion. Based on the concepts of mediation and citizenship, the research intended to locate cyber cafés, make participant observation, apply questionnaires and interview users. With the analysis, it was possible to know the people that use those spaces, their motivations and how these environments are configured today as strategies for an integration with the world of information, entertainment and interaction provided by internet.

Keywords: *internet*, citizenship, digital inclusion.

¹Trabalho de Iniciação Científica - PROBIC.

²Acadêmicos do Curso de Comunicação Social - Jornalismo - UNIFRA.

³Orientadores - UNIFRA.

INTRODUÇÃO

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. 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.br⁴, 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 uso de computadores e serviços da *internet* continua concentrado nas grandes regiões metropolitanas, em 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 frequente 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 por centros públicos pagos, 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 de espaços de acesso coletivo pago, percebido principalmente nas classes C (de 19,55%, em 2005, para 35,54%, em 2006) e D e E (de 30,02%, em 2005, para 48,08%, em 2006), o que aponta uma apropriação diferenciada que vem 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 e desses dados que surgiu a motivação para investigar as apropriações cotidianas feitas por usuários da rede, moradores da cidade de Santa Maria. O objetivo do projeto 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

⁴ 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.

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, *lan houses*, escolas e outros espaços.

Observando cuidados para não assumir como *a priori* as ditas vantagens democráticas da rede mundial de computadores (GOMES, 2005), percebe-se 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.

Mais do que isso, a *internet* possibilita a consolidação de espaços comunicacionais de interação entre seus usuários que podem servir, não apenas para informar, mas também para facilitar a aproximação entre sujeitos geograficamente distantes, dinamizar relações, configurar modelos renovados de interação, além de facilitar o acesso à esfera da produção midiática por meio de apropriações diversas de seus espaços comunicacionais, como *blogs*, *chats*, redes sociais *on-line*, 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 (2003), ao analisar o que chama de “liberação do pólo da emissão”.

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 esse seja consultado por um número restrito de pessoas.

Nesse 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 com características específicas, permite apropriações, quer na esfera da produção quer 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, conseqüentemente, 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, garantidas por meio 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 (2001) diz que as mediações são os lugares nos quais se produzem 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 em que é produzido o seu sentido que são pensadas as dinâmicas dos usos sociais dos meios de comunicação, complexos e, muitas vezes, imprevisíveis. Por essa 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 nesta pesquisa, representa uma das mediações fundamentais propostas por Martín-Barbero (1987)⁵, 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, por meio do acesso ao ensino formal, da lei-

⁵ As outras duas são a cotidianidade familiar e a temporalidade social.

tura 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 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 a partir dos 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 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 ideia 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 (2003), essa abordagem entende a cidadania como fruto e produto de uma identidade. Semprini (1999) aborda a dificuldade de se construir a ideia 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 ideia de cidadania comunicativa, como um esforço teórico para vinculação entre as noções de comunicação e cidadania, proposto por pesquisadores latino-americanos como Camacho (2003) e Mata (2006).

Em uma aproximação à ideia do impacto das mídias para a experimentação de condições diferenciadas de cidadania, Mata (2006) atribui à noção o caráter de recurso necessário para repensar um modo de ser no mundo hoje. Dessa forma, a pesquisadora faz refletir sobre o papel das relações de multiculturalismo e de centralidade da mídia para a redefinição da cidadania em termos de múltiplos campos de atuação. A partir des-

se 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 por meio, 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 aos meios de comunicação, refletindo o papel dos cidadãos como efetivos sujeitos de ação.

Essa “nova cidadania”, construída de atravessamentos midiáticos também é objeto de estudo do pesquisador boliviano Camacho (2003), o qual parte da constatação de que cada vez mais os meios de comunicação, especialmente por meio das tecnologias da comunicação e da informação, constituem-se no âmbito de representação simbólica em que 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 desta 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 se investiu 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.

A 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 descri-

ção e consequente interpretação do contexto investigado por meio, sobretudo, da observação. Nesse 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 na 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 seus. 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 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 semiestruturadas 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, bem como a insuficiência de projetos públi-

cos de inclusão digital na cidade. Com exceção da oferta de computadores com *internet*, em escolas e universidades (na maioria das vezes, restrita aos 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 era pequeno, o tempo de uso 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, por meio 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 às características de sua estrutura física, localização, outros serviços oferecidos e 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 fechados, 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 a 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 *cibers* dispõem de serviços de xerox, impressão, fax, digitalização, gravação de CDs e podem ainda vender produtos, desde os relacionados à informática até alimentos para serem consumidos enquanto os computadores são usados.

Esse é o caso de 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 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 foram observados 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 e os usuários da *internet*, para quem eram disponíveis, inclusive, gabinetes fechados para o acesso privativo ao computador.

Um clima mais familiar e de amizade foi percebido no cibercafé 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. 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

Por meio 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 desses, 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 anos⁶, o que indica uma maioria jovem entre os frequentadores dos cibercafés, confirmando a concentração de acessos observados nos indicadores gerais da *internet*.

Entre os entrevistados, 51 mulheres e 48 homens⁷, moram em 33 bairros diferentes de Santa Maria, entre eles, Centro (33 pessoas), Camobi (10), Itararé (8), 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%).

⁶ Um entrevistado não respondeu.

⁷ Um entrevistado não respondeu.

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)⁸.

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 Ensino Fundamental, enquanto os restantes 6% cursaram algum Ensino Técnico⁹.

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, com 56% das respostas. Interessante associação quanto aos usos da *internet* foi observada pelos entrevistados desempregados, 7% buscam os cibercafés para o preenchimento de currículos *on-line* e 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 desses tenha computador. Outra informação que confirma a motivação para a busca dos cibercafés, obtida na última etapa de coleta de dados por meio 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 *cibers* 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.

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 semana¹⁰. O tempo médio de uso do computador no cibercafé é, para 49% dos entrevistados, entre 30 minutos e uma hora e as

⁸ Observa-se que, em várias questões fechadas, eram possíveis múltiplas respostas.

⁹ Os 2% restantes não responderam.

¹⁰ Nessa questão um entrevistado não respondeu.

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 *fatologs* são acessados por 13% e a compra de produtos pela rede por 12%. *Chats* (10%), bancos *on-line* (9%) e cursos *on-line* (8%) foram os itens apontados com menor preferência pelos usuários.

Sessenta e sete (67) *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, concursos, música, jogos ou 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 nesse 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 pertencentes a grandes empresas, a *internet* permite a consolidação de espaços comunicacionais que podem ampliar o acesso à informação e à autonomia de definição dos caminhos a serem percorridos por seus usuários.

A interação entre os usuários, percebida tanto no significativo uso relacionado à troca de correios eletrônicos, mensagens *on-line* e participação em comunidades virtuais quanto por meio dos *sites* de relacionamentos, pode servir não apenas para informar, mas também para facilitar a aproximação entre sujeitos geograficamente distantes, dinamizar relações, configurar modelos renovados de contato, além de facilitar o acesso à esfera da produção midiática por meio de apropriações diversas de seus espaços comunicacionais, além da 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 a programas de trocas de mensagens para bate-papo *on-line*, 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 alguma forma, estariam à margem dessa ferramenta de comunicação, 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 *on-line*, 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.

Por meio desses dados, foi constatado que, entre os sujeitos pesquisados, a *internet* é pouco usada como instrumento de integração para 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 com a esfera

pública. Além disso, é possível considerar que o uso de correio eletrônico e *sites* de relacionamento pode ser um meio de inclusão social, pela informação e 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 buscarem a *internet* e se comunicarem através dela, mostram-se diretamente relacionadas ao seu perfil etário, interesses e, 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 à 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*. Desse modo, é possível fazer ‘tudo ao mesmo tempo’, quando se está diante do computador e, como a pesquisa indica, buscam-se alternativas para garantir o acesso a esse equipamento tão presente no cotidiano, ao ambiente comunicacional da *internet* e a todas as suas possibilidades de usos.

REFERÊNCIAS

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, 2004.

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.

KYMLICKA, Hill. **Multicultural citizenship**: a liberal theory of minority rights. Oxford: Claredon 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. **De los medios a las mediaciones**. México: Gustavo Gilli, 1987.

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

_____. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

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

SÁ, Simone Pereira de. Netnografias nas redes digitais. In: X CONGRESSO ANUAL DA COMPÔS, 2001. **Anais...** Brasília: Compôs, 2001.

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