

cetic.br

TIC CULTURA

Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias
de Informação e Comunicação nos
Equipamentos Culturais Brasileiros

2018

ICT IN CULTURE

Survey on the Use of Information
and Communication Technologies
in Brazilian Cultural Facilities

egi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil



Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional
Attribution NonCommercial 4.0 International



Você tem o direito de:
You are free to:



Compartilhar: copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato.
Share: copy and redistribute the material in any medium or format.



Adaptar: remixar, transformar e criar a partir do material.
Adapt: remix, transform, and build upon the material.

O licenciante não pode revogar estes direitos desde que você respeite os termos da licença.
The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.

De acordo com os seguintes termos:

Under the following terms:



Atribuição: Você deve atribuir o devido crédito, fornecer um link para a licença, e indicar se foram feitas alterações. Você pode fazê-lo de qualquer forma razoável, mas não de uma forma que sugira que o licenciante o apoia ou aprova o seu uso.

Attribution: You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.



Não comercial: Você não pode usar o material para fins comerciais.
Noncommercial: You may not use this work for commercial purposes.

Sem restrições adicionais: Você não pode aplicar termos jurídicos ou medidas de caráter tecnológico que restrinjam legalmente outros de fazerem algo que a licença permita.

No additional restrictions: You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
Brazilian Network Information Center

TIC CULTURA

Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias
de Informação e Comunicação nos
Equipamentos Culturais Brasileiros

2018

ICT IN CULTURE

Survey on the Use of Information
and Communication Technologies
in Brazilian Cultural Facilities

Comitê Gestor da Internet no Brasil
Brazilian Internet Steering Committee
www.cgi.br

São Paulo
2019

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR

Brazilian Network Information Center

Diretor Presidente / CEO: Demi Getschko

Diretor Administrativo / CFO: Ricardo Narchi

Diretor de Serviços e Tecnologia / CTO: Frederico Neves

Diretor de Projetos Especiais e de Desenvolvimento / Director of Special Projects and Development

Milton Kaoru Kashiwakura

Diretor de Assessoria às Atividades do CGI.br / Chief Advisory Officer to CGI.br: Hartmut Richard Glaser

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação – Cetic.br

Regional Center for Studies on the Development of the Information Society – Cetic.br

Coordenação Executiva e Editorial / Executive and Editorial Coordination: Alexandre F. Barbosa

Coordenação de Projetos de Pesquisa / Survey Project Coordinator: Fabio Senne

Coordenação de Métodos Quantitativos e Estatística / Coordinator of Statistics and Quantitative Methods: Marcelo Pitta

Coordenação de Métodos Qualitativos e Estudos Setoriais / Coordinator of Sectoral Studies and Qualitative Methods: Tatiana Jereissati

Coordenação de Gestão de Processos e Qualidade / Coordinator of Process and Quality Management: Nádilla Tsuruda

Coordenação da pesquisa TIC Cultura / ICT in Culture Coordination: Luciana Piazzon Barbosa Lima

Equipe Técnica / Technical Team: Ana Laura Martínez, Camila dos Reis Lima, Daniela Costa, Fabrício Torres, Isabela Bertolini Coelho, Javiera F. Medina Macaya, José Márcio Martins Júnior, Leonardo Melo Lins, Luciana Portilho, Luísa Adib Dino, Manuella Maia Ribeiro, Mayra Pizzott Rodrigues dos Santos, Stefania Cantoni e Winston Oyadomari

Gestão da Pesquisa em Campo / Fieldwork Management

Coordenação / Coordination: IBOPE Inteligência Pesquisa e Consultoria Ltda, Rosi Rosendo, Regiane Sousa e Guilherme Militão

Edição / Edition: Comunicação NIC.br: Caroline D’Avo e Everton Teles Rodrigues

Apoio Editorial / Editorial Support: Preparação de Texto, Arquitetura de Informação e Revisão em Português / Proof Reading, Information Architecture and Revision in Portuguese: Magma Editorial Ltda., Aloisio Milani e Alexandre Pavan

Tradução para o inglês / Translation into English: Prioridade Consultoria Ltda., Lilian Centurion, Lorna Simons, Luana Guedes, Luísa Caliri e Maya Bellomo Johnson

Capa / Cover: Pilar Velloso

Projeto Gráfico e Editoração / Graphic Design and Publishing: DB Comunicação Ltda.

Editoração / Publishing: Grappa Marketing Editorial (www.grappa.com.br)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

TIC cultura 2018 = pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros = ICT in culture 2018 : survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019. 3700 Kb ; PDF

Edição bilingue: português/inglês.
Vários colaboradores.
Vários tradutores.
Bibliografia
ISBN 978-85-5559-081-8

1. Brasil – Práticas culturais 2. Equipamentos culturais 3. Internet (Rede de computadores) – Brasil
4. Tecnologia da informação e da comunicação – Brasil I. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. II. Título: ICT in culture 2018 : survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities.

19-24808

CDD – 004.6072081

Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Tecnologias da informação e da comunicação nos equipamentos culturais : Pesquisa 004.6072081
2. Pesquisa : Tecnologias da informação e da comunicação nos equipamentos culturais : Brasil 004.6072081

Esta publicação está disponível também em formato digital em www.cetic.br

This publication is also available in digital format at www.cetic.br

TIC Cultura 2018
Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e
Comunicação nos Equipamentos Culturais Brasileiros

*ICT in Culture 2018
Survey on the Use of Information and Communication
Technologies in Brazilian Cultural Facilities*

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE (CGI.br)

(Em Março de 2019/ In March, 2019)

Coordenador / *Coordinator*

Maximiliano Salvadori Martinhão

Conselheiros / *Counselors*

Antônio José Barreto de Araújo Júnior

Demi Getschko

Eduardo Fumes Parajo

Eduardo Levy Cardoso Moreira

Flávia Lefèvre Guimarães

Francilene Procópio Garcia

Franselmo Araújo Costa

Henrique Faulhaber Barbosa

José Luiz Ribeiro Filho

Luis Felipe Salin Monteiro

Luiz Fernando Martins Castro

Marcos Dantas Loureiro

Nivaldo Cleto

Otávio Luiz Rodrigues Junior

Percival Henriques de Souza Neto

Rafael Henrique Rodrigues Moreira

Sergio Amadeu da Silveira

Tanara Lauschner

Thiago Camargo Lopes

Thiago Tavares Nunes de Oliveira

Secretário executivo / *Executive Secretary*

Hartmut Richard Glaser

AGRADECIMENTOS

A pesquisa TIC Cultura 2018 contou com o apoio de um importante grupo de especialistas, renomados pela competência, sem os quais não seria possível apurar de modo preciso os resultados aqui apresentados. A contribuição se realizou por meio da validação dos indicadores, da metodologia e também da definição das diretrizes para a análise de dados. A colaboração desse grupo é fundamental para a identificação de novos campos de pesquisa, para o aperfeiçoamento dos procedimentos metodológicos e para alcançar a produção de dados confiáveis. Cabe destacar que a importância das novas tecnologias para a sociedade brasileira e a relevância dos indicadores produzidos pelo CGI.br para fins de políticas públicas e de pesquisas acadêmicas serviram como motivação para que o grupo acompanhasse voluntariamente a pesquisa em meio a um esforço coletivo.

Na segunda edição da pesquisa TIC Cultura, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) agradece aos seguintes especialistas:

Agência Nacional do Cinema (Ancine)

Daniel Toledo Piza Tonacci e Luana Zubelli

Assessoria às Atividades do CGI.br

Jean Carlos Ferreira dos Santos e Juliano Cappi

Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebrap)

Graziela Castello, Isaura Botelho, Maria Carolina Vasconcelos Oliveira e Pedro Puntoni

Centro de Pesquisa e Formação – Sesc São Paulo

Andréa Nogueira

Consultoras

Cristina Lins, Daniela Ribas e Juliana Monteiro

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Viviane Riegel

Fundação Casa de Rui Barbosa

Lia Calabre

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

Leonardo Athias

Instituto Brasileiro de Museus (Ibram)

Alessandra Garcia, José Murilo Costa Carvalho Junior e Rafaela Gueiros de Lima

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)

Federico Augusto Barbosa da Silva

Internetlab

Mariana Giorgetti Valente

Itaú Cultural

Jader Rosa e Luciana Modé

JLeiva Cultura & Esporte

João Leiva e Ricardo Meirelles

Ministério da Cultura (Minc)

Luiz Antonio Gouveia de Oliveira e Gabriel Pin Rangel

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) – Representação da Unesco no Brasil

Adauto Cândido Soares e Isabel de Paula

Pesquisador Associado do Observacom

João Brant

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Puc-SP)

Fernando Almeida

Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP)

Priscila Barros

Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo

Claudinéli Moreira Ramos e Lílíana Sousa e Silva

Serviço Social do Comércio – Sesc Departamento Nacional

Flávia Tebaldi, Márcia Costa Rodrigues e Sílvia Letícia Guida Lima

Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA)

Federico Martín Bonazzi

Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP)

Jaqueline Ferreira dos Santos Gomes

Universidade de São Paulo (USP)

José Carlos Vaz e Luiz Ojima Sakuda

Universidade Federal de Goiás (UFG)

Leonardo Germani

Universidade de Brasília (UnB)

Dalton Martins

ACKNOWLEDGEMENTS

The ICT in Culture 2018 survey relied on the support of an important group of experts, renowned for their competence, without which it would not be possible to refine the results henceforward presented in such a precise manner. Their contribution was made by validating indicators, methodology and the definition of guidelines for data analysis. This group's collaboration was instrumental for identifying new areas of investigation, improving methodological procedures and obtaining reliable data. It is worth emphasizing that the importance of new technologies for Brazilian society, as well as the relevance of the indicators produced by the CGI.br for public policies and academic research were motivators for the group to voluntarily follow the survey amid a collective effort.

For the second edition of the ICT in Culture survey, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) would like to thank the following experts:

Argentine Cultural Information System (SINCA)

Federico Martín Bonazzi

Associated Researcher at Observacom

João Brant

Brazilian Center for Analysis and Planning (Cebrap)

Graziela Castello, Isaura Botelho, Maria Carolina Vasconcelos Oliveira and Pedro Puntoni

Brazilian Film Agency (Ancine)

Daniel Toledo Piza Tonacci and Luana Zubelli

Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE)

Leonardo Athias

Brazilian Institute of Museums (Ibram)

Alessandra Garcia, José Murilo Costa Carvalho Junior and Rafaela Gueiros de Lima

Brazilian National Research Network (RNP)

Priscila Barros

Casa de Rui Barbosa Foundation

Lia Calabre

CGI.br Advisory Team

Jean Carlos Ferreira dos Santos and Juliano Cappi

Consultants

Cristina Lins, Daniela Ribas and Juliana Monteiro

Federal University of Goiás (UFG)

Leonardo Germani

Institute for Applied Economic Research (Ipea)

Frederico Augusto Barbosa da Silva

Internetlab

Mariana Giorgetti Valente

Itaú Cultural

Jader Rosa and Luciana Modé

Jeiva Culture & Sports

João Leiva and Ricardo Meirelles

Ministry of Culture (Minc)

Luiz Antonio Gouveia de Oliveira and Gabriel Pin Rangel

National Public Library System (SNBP)

Jaqueline Ferreira dos Santos Gomes

Pontifical Catholic University of São Paulo (Puc-SP)

Fernando Almeida

Research and Training Center – Sesc São Paulo

Andréa Nogueira

School of Advertising and Marketing (ESPM)

Viviane Riegel

Social Service of Commerce – Sesc National Department

Flávia Tebaldi, Márcia Costa Rodrigues and Sylvia Letícia Guida Lima

State Secretary of Culture of São Paulo

Claudinéli Moreira Ramos and Liliانا Sousa e Silva

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco) – Brazilian Office

Adauto Cândido Soares and Isabel de Paula

University of Brasília (UnB)

Dalton Martins

University of São Paulo (USP)

José Carlos Vaz and Luiz Ojima Sakuda

SUMÁRIO / CONTENTS

- 5 AGRADECIMENTOS / ACKNOWLEDGEMENTS, 6
17 PREFÁCIO / FOREWORD, 125
19 APRESENTAÇÃO / PRESENTATION, 127
21 INTRODUÇÃO / INTRODUCTION, 129

PARTE 1: ARTIGOS / PART 1: ARTICLES

- 29 ATIVIDADES ON-LINE REDUZEM OU ESTIMULAM O ACESSO A ATIVIDADES CULTURAIS OFF-LINE?
O QUE INDICAM AS PESQUISAS QUANTITATIVAS
*DO ONLINE ACTIVITIES REDUCE OR ENCOURAGE ACCESS TO OFFLINE CULTURAL ACTIVITIES?
WHAT DO QUANTITATIVE STUDIES SUGGEST, 137*
JOÃO LEIVA E RICARDO MEIRELLES
- 43 FRUIÇÃO CULTURAL EM MEIOS DIGITAIS: CONECTIVIDADE PARA ACESSO À DIVERSIDADE
CULTURAL
*CULTURAL ENJOYMENT ON DIGITAL MEDIA: CONNECTIVITY FOR ACCESSING CULTURAL
DIVERSITY, 151*
VIVIANE RIEGEL, JOANA PELLERANO, RENATO VERCESI MADER E WILSON ROBERTO BEKESAS
- 51 DIGITALIZAÇÃO DE ACERVOS: PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA ÀS MARGENS DO DIREITO AUTORAL
COLLECTION DIGITIZATION: PRESERVING MEMORY IN THE FACE OF COPYRIGHTS, 159
JULIANA NOVAES
- 59 PROJETO TAINACAN: EXPERIMENTOS, APRENDIZADOS E DESCOBERTAS DA CULTURA DIGITAL
NO UNIVERSO DOS ACERVOS DAS INSTITUIÇÕES MEMORIAIS
*THE TAINACAN PROJECT: EXPERIMENTS, LESSONS AND DISCOVERIES RELATIVE TO DIGITAL CULTURE
IN THE UNIVERSE OF MEMORY INSTITUTION COLLECTIONS, 167*
DALTON LOPES MARTINS, JOSÉ MURILO COSTA CARVALHO JÚNIOR E LEONARDO GERMANI
- 69 FINANCIAMENTO À CULTURA PELA APLICAÇÃO DE TIC: O PROGRAMA MATCHFUNDING DE
CULTURA BNDES
*FUNDING CULTURE THROUGH THE APPLICATION OF ICT: THE BNDES CULTURE MATCHFUNDING
PROGRAM, 177*
PATRICIA ZENDRON, EDUARDO BIZZO DE PINHO BORGES, MARIA ARAUJO PARREIRAS E
VITOR STRAUB DE MORAES

PARTE 2: TIC CULTURA 2018 / PART 2: ICT IN CULTURE 2018

- 79 RELATÓRIO METODOLÓGICO – TIC CULTURA
METHODOLOGICAL REPORT – ICT IN CULTURE, 187
- 87 RELATÓRIO DE COLETA DE DADOS – TIC CULTURA 2018
DATA COLLECTION REPORT – ICT IN CULTURE 2018, 195
- 93 ANÁLISE DOS RESULTADOS – TIC CULTURA 2018
ANALYSIS OF RESULTS – ICT IN CULTURE 2018, 201

PARTE 3: TABELAS DE RESULTADOS / PART 3: TABLES OF RESULTS

- 229 TABELAS DE RESULTADOS – TIC CULTURA 2018
TABLES OF RESULTS – ICT IN CULTURE 2018

PARTE 4: APÊNDICES / PART 4: APPENDICES

- 285 LISTA DE ABREVIATURAS
LIST OF ABBREVIATIONS, 287

LISTA DE GRÁFICOS / CHART LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 30 USUÁRIOS DE INTERNET, POR GRAU DE INSTRUÇÃO, CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
INTERNET USERS BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017), 138
- 31 USUÁRIOS DE INTERNET QUE ACESSAM TODOS OS DIAS OU QUASE TODOS OS DIAS, POR GRAU DE INSTRUÇÃO, CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
INTERNET USERS WHO ACCESS EVERY DAY OR ALMOST EVERY DAY BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017), 139
- 32 USUÁRIOS DE INTERNET QUE OUVIRAM MÚSICA ON-LINE, POR GRAU DE INSTRUÇÃO, CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
INTERNET USERS WHO LISTENED TO MUSIC ONLINE, BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017), 140
- 33 USUÁRIOS DE INTERNET QUE ASSISTIRAM A VÍDEOS, PROGRAMAS, FILMES OU SÉRIES ON-LINE, POR GRAU DE INSTRUÇÃO, CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
INTERNET USERS WHO WATCHED VIDEOS, TV PROGRAMS, FILMS OR SERIES ONLINE, BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017), 141
- 34 USUÁRIOS DE INTERNET, POR ATIVIDADES REALIZADAS (2017)
INTERNET USERS BY ACTIVITIES CARRIED OUT (2017), 142
- 35 USUÁRIOS DE INTERNET QUE POSTARAM TEXTOS, IMAGENS, FOTOS, VÍDEOS OU MÚSICAS QUE CRIARAM, POR GRAU DE INSTRUÇÃO, CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
INTERNET USERS WHO POSTED TEXTS, IMAGES, PHOTOS, VIDEOS OR MUSIC THEY CREATED ONLINE, BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017), 143
- 37 INDIVÍDUOS QUE FORAM AO MENOS UMA VEZ EM 12 MESES A ATIVIDADES CULTURAIS SELECIONADAS, POR INTENSIDADE DE ACESSO À INTERNET (2017)
INDIVIDUALS WHO ATTENDED SELECTED CULTURAL ACTIVITIES AT LEAST ONCE IN THE LAST 12 MONTHS, BY INTENSITY OF INTERNET ACCESS (2017), 145
- 39 INDIVÍDUOS, POR BUSCA DE INFORMAÇÕES NA INTERNET PARA REALIZAR ATIVIDADES CULTURAIS PRESENCIAIS (2017)
INDIVIDUALS, BY INFORMATION SEARCHED ONLINE TO CARRY OUT OFFLINE CULTURAL ACTIVITIES (2017), 147
- 40 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR WEBSITE PRÓPRIO, PRESENÇA EM WEBSITE DE TERCEIROS E PERFIL EM PLATAFORMA OU REDE SOCIAL ON-LINE (2018)
CULTURAL FACILITIES WITH OWN WEBSITES, PRESENCE ON THIRD-PARTY WEBSITES AND PROFILES ON ONLINE PLATFORMS OR SOCIAL NETWORKING WEBSITES (2018), 148

ANÁLISE DOS RESULTADOS / ANALYSIS OF RESULTS

- 96 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR NATUREZA JURÍDICA (2018)
CULTURAL FACILITIES BY LEGAL NATURE (2018), 204
- 100 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR USO, POSSE E DISPONIBILIZAÇÃO DE COMPUTADOR PARA USO DO PÚBLICO (2018)
CULTURAL FACILITIES BY COMPUTER USE, OWNERSHIP AND AVAILABILITY TO THE PUBLIC (2018), 207
- 101 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR USO DE INTERNET, POSSE DE WIFI E DISPONIBILIZAÇÃO PARA O PÚBLICO (2018)
CULTURAL FACILITIES BY INTERNET USE, PRESENCE OF WI-FI NETWORKS AND AVAILABILITY TO THE PUBLIC (2018), 208
- 104 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE SERVIÇO DE GOVERNO ELETRÔNICO USADO NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2018)
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ELECTRONIC GOVERNMENT SERVICES USED IN THE LAST 12 MONTHS (2018), 211
- 106 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR WEBSITE PRÓPRIO, PRESENÇA EM WEBSITE DE TERCEIROS E PERFIL EM PLATAFORMA OU REDE SOCIAL ON-LINE (2018)
CULTURAL FACILITIES WITH OWN WEBSITES, PRESENCE ON THIRD-PARTY WEBSITES, AND PROFILES ON ONLINE PLATFORMS OR SOCIAL NETWORKING WEBSITES (2018), 213
- 107 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR RECURSOS OFERECIDOS EM WEBSITES PRÓPRIOS OU DE TERCEIROS (2018)
CULTURAL FACILITIES BY RESOURCES OFFERED ON THEIR OWN WEBSITES OR THIRD-PARTY WEBSITES (2018), 214
- 110 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR EXIGÊNCIA DE COMPRA OU RETIRADA DE INGRESSOS E OFERECIMENTO DE VENDA OU RESERVA DE INGRESSOS PELA INTERNET (2018)
CULTURAL FACILITIES THAT REQUIRE PURCHASE OR PICK-UP OF TICKETS AND OFFER ONLINE TICKET SALES AND BOOKING (2018), 217
- 111 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR MODALIDADE DE OFICINAS OU ATIVIDADES DE FORMAÇÃO OFERECIDAS PARA O PÚBLICO (2018)
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF WORKSHOPS OR LEARNING PROGRAMS OFFERED TO THE PUBLIC (2018), 218
- 112 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR POSSE, DIGITALIZAÇÃO E DISPONIBILIZAÇÃO DE ACERVO DIGITALIZADO PARA O PÚBLICO (2018)
CULTURAL FACILITIES BY PRESENCE, DIGITIZATION AND AVAILABILITY OF DIGITIZED COLLECTIONS TO THE PUBLIC (2018), 219
- 114 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FORMA DE DISPONIBILIZAÇÃO DE ACERVO DIGITALIZADO PARA O PÚBLICO (2018)
CULTURAL FACILITIES BY WAY DIGITIZED COLLECTIONS ARE MADE AVAILABLE TO THE PUBLIC (2018), 220
- 116 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR RESPONSÁVEL PELO RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO NAS REDES SOCIAIS (2018)
CULTURAL FACILITIES BY RESPONSIBLE FOR MANAGING PUBLIC RELATIONSHIPS ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES, 222
- 118 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR ALTO GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2018)
CULTURAL FACILITIES BY HIGH LEVEL CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS (2018), 224

LISTA DE TABELAS / TABLE LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 61 PRODUÇÃO CIENTÍFICA REALIZADA A PARTIR DO PROJETO TAINACAN
SCIENTIFIC PRODUCTION BASED ON THE TAINACAN PROJECT, 169

RELATÓRIO DE COLETA DE DADOS / DATA COLLECTION REPORT

- 87 POPULAÇÃO DE REFERÊNCIA POR TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL, SEGUNDO REGIÃO
TARGET POPULATION BY TYPE OF CULTURAL FACILITY, BY REGION, 195
- 88 AMOSTRA PLANEJADA POR TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL, SEGUNDO REGIÃO
PLANNED SAMPLE BY TYPE OF CULTURAL FACILITY, BY REGION, 196
- 91 OCORRÊNCIAS FINAIS DE CAMPO, SEGUNDO PERCENTUAL DE CASOS REGISTRADOS
FINAL FIELD SITUATIONS BY PERCENTAGE OF RECORDED CASES, 199
- 92 TAXA DE RESPOSTA, POR TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL
RESPONSE RATE BY TYPE OF CULTURAL FACILITY, 200

LISTA DE TABELAS DE RESULTADOS TABLES OF RESULTS LIST

- 231 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE EQUIPAMENTO QUE DECLARAM SER
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF FACILITY DECLARED
- 231 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL TIPO DE EQUIPAMENTO QUE DECLARAM SER
CULTURAL FACILITIES BY MAIN TYPE OF FACILITY DECLARED
- 232 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR ANO DE FUNDAÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY YEAR OF ESTABLISHMENT
- 232 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR REGIÃO
CULTURAL FACILITIES BY REGION
- 233 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR NATUREZA JURÍDICA
CULTURAL FACILITIES BY LEGAL NATURE
- 233 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR LOCAL ONDE FUNCIONA A INSTITUIÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY SITE WHERE THE INSTITUTION OPERATES
- 234 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR NÚMERO DE PESSOAS QUE TRABALHARAM DE FORMA REMUNERADA NA INSTITUIÇÃO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY NUMBER OF PERSONS EMPLOYED IN THE INSTITUTION IN THE LAST 12 MONTHS
- 235 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR NÚMERO DE VOLUNTÁRIOS QUE TRABALHARAM NA INSTITUIÇÃO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY NUMBER OF VOLUNTEERS WHO WORKED IN THE INSTITUTION IN THE LAST 12 MONTHS
- 235 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FONTES DE RECURSOS
CULTURAL FACILITIES BY SOURCES OF FUNDING
- 237 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL FONTE DE RECURSOS
CULTURAL FACILITIES BY MAIN SOURCE OF FUNDING
- 238 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE RECEBERAM RECURSOS VIA INCENTIVO FISCAL
CULTURAL FACILITIES THAT RECEIVED FUNDING VIA TAX INCENTIVES
- 239 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE REALIZAM ATIVIDADES DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS
CULTURAL FACILITIES THAT CARRY OUT FUNDRAISING ACTIVITIES
- 239 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FAIXA DE RECEITA ANUAL
CULTURAL FACILITIES BY ANNUAL REVENUE RANGE
- 240 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE USARAM COMPUTADOR NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES THAT USED COMPUTERS IN THE LAST 12 MONTHS

- 241 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR MOTIVOS PARA NÃO TEREM USADO COMPUTADOR NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY REASONS FOR NOT USING COMPUTERS IN THE LAST 12 MONTHS
- 241 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM COMPUTADOR PRÓPRIO
CULTURAL FACILITIES WITH COMPUTERS OWNED
- 242 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE COMPUTADORES PRÓPRIOS
CULTURAL FACILITIES BY NUMBER OF COMPUTERS OWNED
- 242 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE COMPUTADOR PRÓPRIO
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF COMPUTERS OWNED
- 244 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DISPONIBILIZAM COMPUTADORES PARA USO DO PÚBLICO
CULTURAL FACILITIES WITH COMPUTERS AVAILABLE FOR PUBLIC USE
- 244 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE SOFTWARE USADO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF SOFTWARE USED IN THE LAST 12 MONTHS
- 245 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FINALIDADE DE USO DE SOFTWARE
CULTURAL FACILITIES BY PURPOSE OF SOFTWARE USE
- 246 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE USARAM INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES THAT USED THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 246 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR MOTIVOS PARA NÃO TEREM USADO A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY REASONS FOR NOT USING THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 247 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE CONEXÃO À INTERNET USADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF INTERNET CONNECTION USED IN THE LAST 12 MONTHS
- 247 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FAIXA DE VELOCIDADE MÁXIMA PARA DOWNLOAD CONTRATADA
CULTURAL FACILITIES BY RANGE OF MAXIMUM DOWNLOAD SPEED OFFERED BY CONTRACT
- 248 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM WIFI
CULTURAL FACILITIES WITH A WI-FI NETWORK
- 248 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DISPONIBILIZAM WIFI PARA O PÚBLICO
CULTURAL FACILITIES WITH A WI-FI NETWORK AVAILABLE TO THE PUBLIC
- 249 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE USARAM CELULAR PARA FINS DE TRABALHO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES THAT USED MOBILE PHONES FOR WORK PURPOSES IN THE LAST 12 MONTHS
- 249 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 254 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ATIVIDADE REALIZADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ACTIVITY CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 256 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE SERVIÇO DE GOVERNO ELETRÔNICO USADO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ELECTRONIC GOVERNMENT SERVICE USED IN THE LAST 12 MONTHS
- 257 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM WEBSITE PRÓPRIO
CULTURAL FACILITIES WITH A WEBSITE

- 257 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE ESTÃO PRESENTES EM *WEBSITE* DE TERCEIROS
CULTURAL FACILITIES WITH PRESENCE ON THIRD-PARTY WEBSITES
- 258 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR RECURSOS OFERECIDOS NO *WEBSITE*
CULTURAL FACILITIES BY RESOURCES OFFERED ON THE WEBSITE
- 259 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM PERFIL EM PLATAFORMA OU REDE SOCIAL *ON-LINE*
CULTURAL FACILITIES WITH A PROFILE ON AN ONLINE PLATFORM OR SOCIAL NETWORKING WEBSITE
- 259 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE PLATAFORMA OU REDE SOCIAL *ON-LINE* EM QUE ESTÃO PRESENTES
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ONLINE PLATFORM OR SOCIAL NETWORKING WEBSITE ON WHICH THEY ARE PRESENT
- 260 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ATIVIDADE REALIZADA EM PLATAFORMAS OU REDES SOCIAIS *ON-LINE* NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ACTIVITY CARRIED OUT ON ONLINE PLATFORMS OR SOCIAL NETWORKING WEBSITES IN THE LAST 12 MONTHS
- 261 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR ATIVIDADES REALIZADAS PELA INSTITUIÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY ACTIVITIES CARRIED OUT BY THE INSTITUTION
- 262 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR MODALIDADE DE OFICINAS OU ATIVIDADES DE FORMAÇÃO OFERECIDAS AO PÚBLICO
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF WORKSHOPS OR LEARNING PROGRAMS OFFERED TO THE PUBLIC
- 262 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE OFERECEM APLICATIVO PARA CELULAR OU *TABLET*
CULTURAL FACILITIES THAT OFFER A MOBILE PHONE OR TABLET APPLICATION
- 263 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE EXIGEM COMPRA OU RETIRADA DE INGRESSOS PARA ACESSO AOS SERVIÇOS
CULTURAL FACILITIES THAT REQUIRE PURCHASE OR PICK UP OF TICKETS FOR ACCESS TO THE SERVICES
- 263 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE OFERECEM VENDA OU RESERVA DE INGRESSOS PELA INTERNET
CULTURAL FACILITIES THAT OFFER ONLINE TICKET SALES OR BOOKING
- 264 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE PLATAFORMA EM QUE OFERECEM VENDA OU RESERVA DE INGRESSOS PELA INTERNET
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF PLATFORM USED FOR ONLINE TICKET SALES OR BOOKING
- 264 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM ACERVO
CULTURAL FACILITIES WITH COLLECTIONS
- 265 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ACERVO
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF COLLECTION
- 266 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DIGITALIZAM ACERVO
CULTURAL FACILITIES THAT DIGITIZE COLLECTIONS
- 266 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF DIGITIZED COLLECTIONS
- 267 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONS
- 273 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DISPONIBILIZAM ACERVO DIGITALIZADO PARA O PÚBLICO
CULTURAL FACILITIES WITH DIGITIZED COLLECTIONS AVAILABLE TO THE PUBLIC
- 274 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FORMA DE DISPONIBILIZAÇÃO DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY HOW DIGITIZED COLLECTIONS ARE MADE AVAILABLE

- 274 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR DIFICULDADES DE DIGITALIZAÇÃO DO ACERVO
CULTURAL FACILITIES BY DIFFICULTIES WITH DIGITIZING COLLECTIONS
- 275 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL DIFICULDADE DE DIGITALIZAÇÃO DO ACERVO
CULTURAL FACILITIES BY MAIN DIFFICULTY WITH DIGITIZING COLLECTIONS
- 276 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DISPONIBILIZAM CATÁLOGO DO ACERVO NA INTERNET
CULTURAL FACILITIES WITH COLLECTION CATALOGUES AVAILABLE ONLINE
- 277 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM ÁREA OU DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
CULTURAL FACILITIES WITH AN INFORMATION TECHNOLOGY AREA OR DEPARTMENT
- 277 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE CONTRATAM SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
CULTURAL FACILITIES THAT HIRE INFORMATION TECHNOLOGY SERVICES
- 278 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR DESENVOLVEDOR DO WEBSITE DA INSTITUIÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY DEVELOPER OF THE INSTITUTION'S WEBSITE
- 278 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM ÁREA OU PESSOA RESPONSÁVEL PELO RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO NAS REDES SOCIAIS
CULTURAL FACILITIES WITH AN AREA OR PERSON IN CHARGE FOR MANAGING PUBLIC RELATIONSHIPS ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES
- 279 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE TERCEIRIZAM O SERVIÇO DE RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO NAS REDES SOCIAIS
CULTURAL FACILITIES THAT OUTSOURCE THE SERVICE OF MANAGING PUBLIC RELATIONSHIPS ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES
- 279 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE OFERECERAM TREINAMENTO INTERNO EM INFORMÁTICA, COMPUTADOR E INTERNET PARA A EQUIPE NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES THAT OFFERED INTERNAL TRAINING ON INFORMATION TECHNOLOGY, COMPUTER AND INTERNET FOR THE TEAM IN THE LAST 12 MONTHS
- 280 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE PAGARAM CURSOS EXTERNOS DE INFORMÁTICA, COMPUTADOR E INTERNET PARA A EQUIPE NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES THAT PAID FOR EXTERNAL INFORMATION TECHNOLOGY, COMPUTER AND INTERNET COURSES FOR THE TEAM IN THE LAST 12 MONTHS
- 280 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR DIFICULDADES PARA O USO DE COMPUTADOR E INTERNET
CULTURAL FACILITIES BY DIFFICULTIES WITH USING COMPUTERS AND THE INTERNET
- 281 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL DIFICULDADE PARA O USO DE COMPUTADOR E INTERNET
CULTURAL FACILITIES BY MAIN DIFFICULTY WITH USING COMPUTERS AND THE INTERNET

PREFÁCIO

Há 50 anos, em 29 outubro de 1969, houve a primeira troca de mensagens entre computadores dentro do projeto Arpanet, origem da futura Internet. Vinte anos depois, em 18 de abril de 1989, o .br foi delegado por Jon Postel, diretor da Autoridade para Atribuição de Números da Internet (Internet Assigned Numbers Authority – Iana), ao grupo da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) que operava redes acadêmicas. Também em 1989 era oficialmente lançada a Rede Nacional de Pesquisa (RNP).

Portanto, em 2019, celebramos acontecimentos marcantes para a Internet no mundo e no Brasil. Completam-se também os dez anos da divulgação dos Princípios para a Governança e Uso da Internet no Brasil, decálogo elaborado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) que foi entusiasticamente recebido pela comunidade mundial. O documento foi o foco gerador do debate que levaria ao nosso Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014) e também motivador da discussão sobre a necessidade de proteção da privacidade, que redundaria na Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018).

Ao longo das últimas décadas, a governança da Internet no país tem se destacado por sua estrutura multissetorial, consolidada na atuação do CGI.br. O Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) tem alocado os recursos gerados pelo seu Registro.br para a implementação de um conjunto de projetos e atividades voltados à melhoria contínua da Internet no Brasil, tais como ações associadas à gestão da troca de tráfego, estímulo e apoio na adoção do IPv6, medição da qualidade das conexões de banda larga, gestão dos incidentes de segurança, padrões para aplicações *web*, dados abertos e produção de dados estatísticos.

Desde 2005, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) vem produzindo indicadores sobre o uso e a apropriação das tecnologias de informação e comunicação (TIC), com a disseminação de dados fundamentais para a tomada de decisões, seja por parte do governo, das empresas, da academia ou da sociedade em geral. Os estudos do Cetic.br têm contribuído de maneira relevante para a elaboração de políticas públicas de inclusão digital, bem como para o fortalecimento da economia digital. Atuando como centro regional de Categoria II da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) desde 2012, o Cetic.br também apoia iniciativas que contribuem para qualificar e fortalecer a comparabilidade de estatísticas produzidas em países da América Latina e nações lusófonas da África.

No período recente, o trabalho do Cetic.br foi decisivo para a aprovação, pela Unesco, em novembro de 2018, dos Indicadores de Universalidade da Internet, um marco de referência para avaliar internacionalmente o desenvolvimento do ecossistema de Internet. Além de

estimular a consulta aos indicadores pelos atores relevantes no plano regional, o Cetic.br foi responsável pela implementação do piloto da metodologia no Brasil, o que reforçou o papel estratégico do país em assuntos relacionados ao desenvolvimento da Internet e fez com que outras nações passassem a se empenhar na implementação desses levantamentos.

Na área de capacitação, é de se destacar a realização do MOOC (do inglês Massive Open Online Course) “Tecnologia para o Bem: O papel das Tecnologias de Informação e Comunicação no alcance dos ODSs” (“Tech for Good: The role of ICT in Achieving the SDGs”), produzido pela Unesco e pelo Cetic.br/NIC.br em parceria com a SDG Academy. Fornecendo conteúdos de alta qualidade de forma aberta e gratuita, o Cetic.br contribuiu para destacar o papel central das TIC na agenda de desenvolvimento sustentável e sua relação com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU). Em sua primeira edição, mais de 1.300 pessoas de todo o mundo fizeram o curso.

O relacionamento e a cooperação com outros organismos internacionais também têm sido substantivos para a promoção de metodologias internacionalmente comparáveis de medição. São os casos do trabalho conjunto do Cetic.br e do Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil (CERT.br) na área de segurança digital, em diálogo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE); do desenvolvimento de indicadores domiciliares e *smart cities*, com a União Internacional de Telecomunicações (UIT); da publicação de referenciais sobre TIC na saúde, em conjunto com a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) e a Organização Mundial da Saúde (OMS); e da geração de um guia prático para a implementação de pesquisas TIC em escolas, em parceria com o Instituto de Estatística da Unesco (UIS).

Em período de inúmeras transformações, a existência de estatísticas rigorosas e atualizadas sobre os impactos socioeconômicos da Internet segue sendo fundamental para orientar o desenvolvimento da rede nas próximas décadas. Esperamos, dessa forma, contribuir para a geração de políticas públicas que consolidem e fortaleçam uma Internet aberta e para todos.

Boa leitura!

Demi Getschko

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br

APRESENTAÇÃO

Em um cenário de acelerada transformação digital, os desafios para a criação de um ecossistema inovador no país são de múltiplas ordens. É cada vez mais premente coordenar, ao mesmo tempo, a promoção de avanços tecnológicos, o estímulo a um ambiente regulatório adequado e a criação de mecanismos que garantam a sustentabilidade econômica dos diversos setores produtivos envolvidos. Tudo isso deve ser referendado por políticas públicas aderentes a esse novo momento, estabelecendo estratégias de governança coerentes que contem com o envolvimento de toda a sociedade.

Estamos diante de inúmeras oportunidades para a consolidação de uma Internet que privilegie a inovação e o desenvolvimento social e econômico. O novo cenário também apresenta riscos, os quais devem ser mitigados por meio de políticas que sejam inclusivas e que avancem na proteção da privacidade e da confiança dos usuários no ambiente *on-line*. Com a criação da Estratégia Brasileira para a Transformação Digital (E-Digital), lançada em 2018, temos um marco de referência para os próximos anos, o que permitirá aos atores relevantes estabelecerem ações mais coordenadas, efetivas e eficientes. Cabe ressaltar, ainda, os avanços no Plano Nacional de Internet das Coisas, que atualiza as políticas do setor frente a temas emergentes.

Nesse contexto, monitorar a transformação digital é um exercício central para governo e sociedade. O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) tem reforçado seu compromisso com a produção regular de estatísticas e indicadores sobre o acesso e uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) no país. Por meio da atuação do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) e do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), o Brasil tem acesso, anualmente, a mais de 550 indicadores sobre a adoção das TIC em setores estratégicos, como é o caso dos domicílios, empresas, provedores de Internet, telecentros, órgãos governamentais e das instituições que proveem serviços essenciais como saúde, educação e cultura.

O Cetic.br tem sido reconhecido internacionalmente como referência de boas práticas na produção de indicadores TIC. Suas pesquisas, realizadas periodicamente no Brasil, possibilitam o monitoramento do desenvolvimento digital do país e permitem análises comparativas para o acompanhamento de agendas globais, a exemplo dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), das metas da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (WSIS) e da Agenda Digital para América Latina e Caribe (eLAC).

O presente livro é resultado do compromisso multissetorial do CGI.br com a produção de dados relevantes para o desenvolvimento da Internet, e permite que governo e sociedade atuem de forma colaborativa para o fortalecimento de uma economia digital inclusiva.

INTRODUÇÃO

Debater a relação entre cultura e desenvolvimento socioeconômico não é trivial. Isso se deve, em parte, à amplitude do conceito de cultura, que exige dos pesquisadores um esforço de delimitação do problema. Além dessa complexidade, o debate acaba influenciado pela tendência de acadêmicos e formuladores de políticas públicas de privilegiarem alguns fenômenos tangíveis e mensuráveis, o que nem sempre dá conta de explicar em que medida a cultura importa para o desenvolvimento.¹

A despeito dos desafios envolvendo essa agenda, a importância da cultura para o desenvolvimento socioeconômico começa a ser gradualmente reconhecida e debatida por parte de governos e organismos internacionais. O tema consta, por exemplo, no conjunto de linhas de ação da agenda da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (em inglês, World Summit on the Information Society – WSIS)² e também está entre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), que prevê, em sua meta 11.4, o fortalecimento de esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo.³

Esse movimento está alinhado ao protagonismo que as tecnologias de informação e comunicação (TIC) têm assumido como um dos principais impulsionadores do processo de desenvolvimento socioeconômico nos mais diversos setores. No campo da cultura, as novas tecnologias digitais têm afetado a criação, disseminação e fruição de bens culturais, sobretudo por meio da Internet, alterando substancialmente mercados já estabelecidos e, em alguns casos, criando novas formas de consumo e circulação de produtos. Embora as TIC tenham trazido inegáveis avanços para a ampliação do acesso e democratização das possibilidades de produção e difusão de conteúdos *on-line*, persistem ainda desafios envolvendo a infraestrutura e a apropriação dessas tecnologias. Frente a isso, a investigação sobre as relações entre cultura e tecnologia ganha relevância não só para a compreensão do cenário atual, mas, sobretudo, para prover subsídios e evidências para o desenvolvimento de políticas públicas que possam ajudar a enfrentar tais desafios.

¹ Lopez-Claros, A., & Perotti, V. (2014). Does culture matter for development? [Policy Research Working Paper 7092]. World Bank Group, Washington, DC.

² União Internacional de Telecomunicações – UIT (2003). *World Summit on the Information Society – Plan of action*. Genebra. Recuperado em 19 março, 2019, de <https://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/poa.html>

³ Organização das Nações Unidas – ONU (2015). *Transformando nosso mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*. Nova York. Recuperado em 19 março, 2019, de <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf>

A pesquisa TIC Cultura, conduzida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), chega à sua segunda edição com o objetivo de compreender a adoção das tecnologias digitais por equipamentos culturais brasileiros. Em conjunto com estudos qualitativos⁴ e quantitativos⁵ que abordam a questão da perspectiva da demanda e do acesso por parte da população – em especial, dos usuários de Internet brasileiros –, a pesquisa TIC Cultura investiga a apropriação tecnológica por parte das instituições culturais, com foco na oferta de serviços e conteúdos *on-line*. O estudo adota definições metodológicas reconhecidas internacionalmente para a medição do acesso e uso das TIC, tendo em vista a produção de indicadores comparáveis.

Nesse aspecto, o Plano de Ação da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (WSIS) inclui, dentre suas metas, conectar todas as bibliotecas públicas, museus, postos de correio e arquivos nacionais. O objetivo parte do entendimento da relevância de tais instituições para a sociedade da informação, como repositórios e pontos de acesso público ao conhecimento⁶.

A adoção das TIC por instituições culturais pode promover um maior alcance das atividades e dos ativos que elas têm, colaborando, em última instância, com a ampliação do acesso à cultura. Pode contribuir, ainda, com a oferta de conexão à rede para a população, além de auxiliar na gestão e no funcionamento das próprias instituições.

Em um contexto de forte concentração geográfica dos equipamentos culturais, como indica a Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Munic), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁷, o uso das TIC para a digitalização e disponibilização de conteúdos *on-line* ganha ainda maior relevância. Ao mesmo tempo, as desigualdades no acesso à Internet, também apontadas pela pesquisa TIC Domicílios, reforçam o potencial de tais instituições para a redução dessas disparidades, sobretudo no caso das bibliotecas, altamente espalhadas pelo território brasileiro.

No entanto, os obstáculos postos para o pleno aproveitamento de tais possibilidades são inúmeros. Como aponta o relatório para o monitoramento da implementação da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade de Expressões Culturais, da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco):

No sul global, apesar das vantagens resultantes da adoção massiva da banda larga móvel, muitos países carecem de infraestrutura e não conseguem consolidar um mercado para bens e serviços culturais no ambiente digital (p.14).⁸

⁴ Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017). *Cultura e tecnologias no Brasil: Um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias de informação e comunicação*. São Paulo: CGI.br.

⁵ Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2017*. São Paulo: CGI.br.

⁶ Partnership on Measuring ICT for Development (2014). *Final WSIS targets review – Achievements, challenges and the way forward*. Genebra: UIT.

⁷ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2015). *Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: Cultura 2014*. Rio de Janeiro: IBGE.

⁸ Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco (2017). *Reshaping cultural policies: Advancing creativity for development*. Paris: Unesco.

É nesse sentido que a própria Unesco estabeleceu, em junho de 2017, diretrizes operacionais para a implementação da Convenção no ambiente digital⁹. Dentre elas, encontram-se o fornecimento de equipamentos digitais para instituições públicas (como bibliotecas e centros culturais) e o fortalecimento das competências digitais do setor cultural para participação no ambiente digital.

No contexto brasileiro, o Plano Nacional de Cultura (PNC) estabelece que, até 2020, os conteúdos que estejam em domínio público ou licenciados sejam disponibilizados na Internet (meta 40) e que as informações sobre os acervos de todas as bibliotecas públicas e de 70% dos museus e arquivos sejam oferecidos para consulta *on-line* (meta 41)¹⁰. Dentre suas estratégias e ações, o PNC prevê ainda a implementação de uma política nacional integrada de digitalização; a adequação da regulação dos direitos autorais ao uso das tecnologias de informação e comunicação; e o apoio a políticas de inclusão digital e de desenvolvimento e utilização de *software* livre por agentes e instituições ligados à cultura.

Ainda que as possibilidades de ampliação do acesso aos bens e serviços culturais mediado pelas tecnologias digitais estejam postas, os resultados apresentados nesta publicação evidenciam o longo caminho ainda a ser percorrido pelos equipamentos culturais brasileiros. Destaca-se nesse percurso o papel fundamental a ser desempenhado pelas políticas públicas, não só em termos do financiamento das instituições e da regulação do setor, como também para a definição de estratégias para a expansão do acesso e uso das TIC.

Dada a importância da produção de indicadores confiáveis e de qualidade para alimentar o processo de acompanhamento e desenvolvimento de políticas públicas baseadas em evidências, o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) e o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) reafirmam, por meio da pesquisa TIC Cultura, seu compromisso com a produção de dados e estatísticas sobre a apropriação tecnológica no país. Considerando ainda a pouca disponibilidade de estatísticas no campo cultural, esta iniciativa coloca o Brasil em posição de vanguarda no processo de medição e produção de dados nessa área. Isso reforça ainda mais o papel do Cetic.br como ator relevante nos debates internacionais de padronização de indicadores e definições metodológicas para a produção de estatísticas sobre as TIC.

Cabe ressaltar que o trabalho de condução das pesquisas pelo Cetic.br é acompanhado por um grupo de especialistas de diferentes setores – de universidades e institutos de pesquisas a órgãos governamentais, organizações não governamentais e organismos internacionais. Sua valiosa contribuição nas etapas de planejamento e análise da pesquisa tem oferecido legitimidade ao processo e ampliado a transparência das escolhas metodológicas realizadas.

⁹ Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco (2017). *Conference of parties to the convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions*, Sixth ordinary session. Item 11 of the provisional agenda: Draft operational guidelines on the implementation of the Convention in the digital environment. Paris: Unesco.

¹⁰ Ministério da Cultura – Minc (2012). *As metas do Plano Nacional de Cultura*. São Paulo e Brasília: Instituto Via Pública e Minc.

TIC CULTURA: INFRAESTRUTURA E USO DE TECNOLOGIA NOS EQUIPAMENTOS CULTURAIS BRASILEIROS

A TIC Cultura investiga como as tecnologias de informação e comunicação vêm sendo incorporadas pelos equipamentos culturais brasileiros – incluindo arquivos, bens tombados, bibliotecas, cinemas, museus, pontos de cultura e teatros. A pesquisa traz indicadores sobre uso de dispositivos digitais e Internet pelas instituições, sua presença em *websites* e redes sociais, digitalização de acervos, entre outros temas na interface entre as tecnologias, a gestão dos equipamentos e o relacionamento com seu público.

Em termos da infraestrutura de TIC disponível, o estudo revela diferentes patamares entre os diversos tipos de equipamentos culturais, com o uso de computadores e de Internet universalizado entre arquivos e cinemas, e com menores proporções entre bibliotecas e bens tombados. Em 2018, havia ainda disparidades regionais expressivas – no caso das bibliotecas, por exemplo, o uso de Internet era menor no Norte (49%) e Nordeste (51%) em relação ao Sul (83%). Com relação à qualidade da conexão à Internet, em praticamente todos os tipos de equipamentos predominavam as faixas de velocidade até 10 Mbps, fator que restringe alguns usos mais sofisticados da rede.

Ainda, a oferta de acesso a essas tecnologias para o público era incipiente, mesmo entre os tipos de equipamentos em que havia maior disponibilidade desses recursos. A disponibilização de computadores aos usuários ocorria em mais da metade das instituições somente entre arquivos e pontos de cultura (52%). Já a oferta de conexão WiFi não chegava a esse patamar em nenhum dos tipos de equipamentos, revelando espaço para ampliação do papel das instituições culturais na expansão do acesso à rede.

Com relação ao uso das TIC, a pesquisa identifica que as atividades realizadas na Internet pelos equipamentos culturais brasileiros estavam direcionadas principalmente para a comunicação e relacionamento com o público, sendo menos comuns as atividades voltadas para a gestão interna, como a capacitação dos gestores e funcionários das instituições.

A presença delas na Internet, por sua vez, se dava mais por meio de perfis em redes sociais do que de *websites*. A maioria das instituições possuía *website* próprio somente entre arquivos (56%) e cinemas (71%), sendo os últimos também os que estavam mais presentes em redes sociais (83%), junto aos pontos de cultura (79%). Tais plataformas eram utilizadas predominantemente para a divulgação das atividades e programação cultural oferecida para o público (ou potencial público) frequentador dos equipamentos culturais.

Já a oferta de serviços e conteúdos para acesso remoto pela Internet ainda era pouco aproveitada. A transmissão de vídeos ao vivo por meio de *websites* não ultrapassava o percentual de 20% em nenhum dos tipos de equipamentos culturais, e a oferta de formação nas modalidades presencial e a distância chegava à proporção máxima de 12% entre arquivos e pontos de cultura.

A digitalização de acervos ocorria na maior parte das instituições entre arquivos (77%), museus (61%), pontos de cultura (61%) e bens tombados (55%). No entanto, apenas pequena parcela dos acervos estava digitalizada, com sua disponibilização para o público se dando, sobretudo, no local de funcionamento das instituições – e não pela Internet. Já a oferta de catálogos do

acervo *on-line*, que poderia dar visibilidade e ampliar o acesso a esses materiais, era realizada por apenas 15% dos museus e 12% das bibliotecas, apresentando maior proporção apenas entre arquivos (38%).

A maioria dos equipamentos culturais ainda não possuía área ou departamento de tecnologia da informação (TI) ou contratava serviços relacionados, com exceção dos cinemas. Já a presença de área ou pessoa responsável pelo relacionamento com o público nas redes sociais destacava-se entre cinemas (71%) e pontos de cultura (53%). O desenvolvimento de *websites* ou *software* era menos comum entre todos os tipos de equipamentos, indicando potenciais limitados de apropriação das TIC por tais instituições. A principal barreira mencionada para o uso de computadores e Internet seguiu sendo a falta de recursos financeiros, apontando para a necessidade de investimentos na área de tecnologia.

A pesquisa revela, assim, desafios econômicos, de infraestrutura e de capacitação para adoção das tecnologias nos equipamentos culturais brasileiros. Ao oferecer um panorama desse cenário, o estudo busca auxiliar na formulação e implementação de iniciativas para o melhor aproveitamento das TIC pelas instituições culturais no país, tanto para a divulgação das atividades que ocorrem presencialmente, quanto para a difusão de conteúdos *on-line*.

Esta publicação está estruturada da seguinte forma:

Parte 1 – Artigos: contribuições inéditas de especialistas em torno de temas que envolvem as TIC e a cultura, como a influência das tecnologias digitais nas atividades culturais da população brasileira, a fruição da diversidade cultural *on-line*, a digitalização em instituições de memória e os entraves da legislação de direitos autorais, e possibilidades de uso da Internet para captação de recursos para a cultura;

Parte 2 – TIC Cultura: apresenta o “Relatório Metodológico”, que inclui a descrição dos aspectos metodológicos que orientam a pesquisa; o “Relatório de Coleta de Dados”, que registra as especificidades metodológicas do estudo realizado em 2018; e a “Análise dos Resultados” obtidos pela pesquisa nesta edição, que identifica as tendências mais relevantes observadas no acesso e uso das TIC no âmbito dos equipamentos culturais brasileiros;

Partes 3 – Tabelas de resultados: apresenta as tabelas de resultados, contendo os indicadores relativos à pesquisa TIC Cultura, apresentados por tipo de equipamento cultural.

Todo o esforço empregado para a produção das pesquisas TIC do Comitê Gestor da Internet tem como principal objetivo apresentar indicadores confiáveis, atualizados e relevantes para os nossos leitores. Esperamos que os dados e análises desta edição se constituam em um importante insumo para gestores públicos, pesquisadores acadêmicos, empresas do setor privado e organizações da sociedade civil em suas iniciativas voltadas à construção da sociedade da informação e do conhecimento.

Boa leitura!

Alexandre F. Barbosa

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento
da Sociedade da Informação – Cetic.br

PARTE 1

—

ARTIGOS

ATIVIDADES ON-LINE REDUZEM OU ESTIMULAM O ACESSO A ATIVIDADES CULTURAIS OFF-LINE? O QUE INDICAM AS PESQUISAS QUANTITATIVAS

João Leiva¹ e Ricardo Meirelles²

Boa parte das novas tecnologias foi criada com o objetivo ou o potencial de reduzir prazos – de produção, de transporte, de comunicação. Uma carta demora mais a chegar do que um fax, que demora mais a chegar do que um *e-mail*. Ainda assim, são frequentes as queixas sobre falta de tempo – em geral, porque parcela significativa desse tempo foi tragada por algumas daquelas novas tecnologias. A vontade ou a necessidade de manter-se conectado estaria, assim, reduzindo o tempo gasto com outras atividades. De acordo com Bauman (2011),

[...] a internet facilita demais, incentiva e inclusive impõe o exercício incessante da reinvenção – numa extensão inalcançável na vida *off-line*. Esta é, sem dúvida, uma das mais importantes explicações para o tempo que a “geração eletrônica” gasta no universo virtual: o tempo gradual e crescentemente utilizado no mundo virtual em detrimento do tempo passado no mundo “real” (*off-line*). (p. 25)

Para as atividades que envolvem presença física, tais tendências ganham relevância especial. Torna-se importante avaliar até que ponto as tecnologias de informação e comunicação (TIC) têm impacto, por exemplo, na frequência a atividades culturais – inclusive, porque o meio digital é, ele próprio, pródigo em ofertas de produtos como música, filmes e *games*.

Neste artigo, lançamos mão de pesquisas quantitativas feitas no Brasil sobre uso das TIC e sobre hábitos culturais para verificar que pistas elas têm dado até agora a respeito dos impactos

¹ Bacharel em Economia pela Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA-USP), mestre em Cinema pela Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP) e mestre em Gestão Cultural pela Universidade da Catalunha (Espanha). Trabalhou por quase dez anos no jornal *Folha de São Paulo* e também atuou na agência de comunicação CDN e no jornal *Valor Econômico*. Foi assessor de comunicação da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo. Desde 2004, administra a consultoria JLeiva Cultura & Esporte.

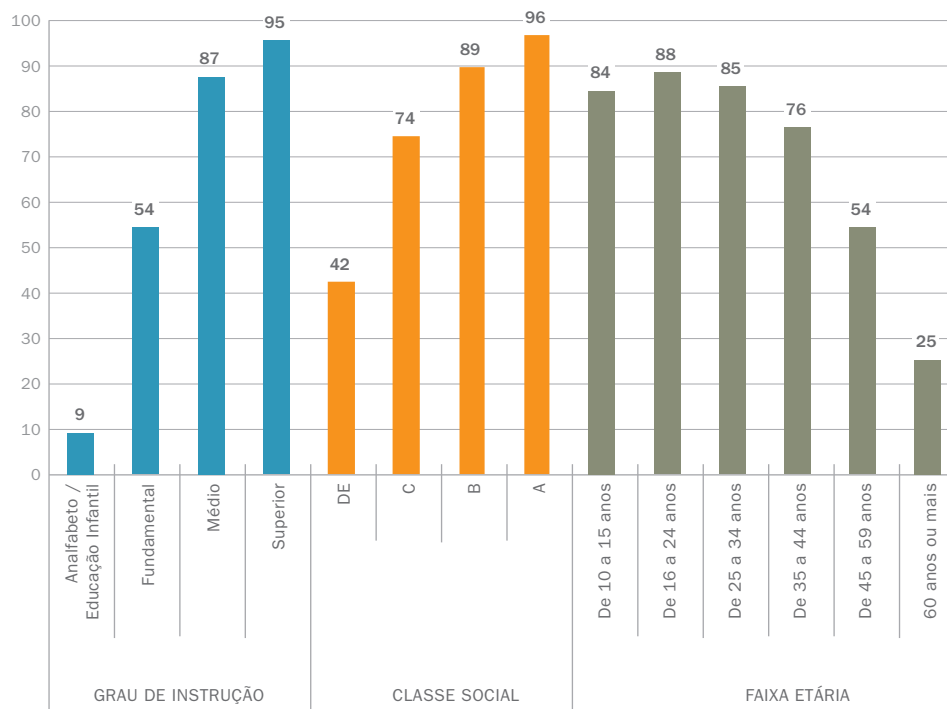
² Jornalista, mestre em Teoria e História Literária pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), diretor da produtora de conteúdo PrimaPagina e integrante do Núcleo de Estudos e Pesquisas da JLeiva Cultura & Esporte. Foi professor de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica (Puc) de Campinas e editou *sites* e relatórios para organismos das Nações Unidas no Brasil. Pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), ministrou cursos sobre indicadores sociais e educacionais para jornalistas, em parceria com instituições como Instituto Ayrton Senna, Knight Center for Journalism in the Americas e Fundação Lemann.

de tais tecnologias no acesso a atividades como ir a cinemas, shows e teatros. Quem passa mais tempo na Internet vai menos a essas manifestações culturais?

QUEM MAIS ACESSA A INTERNET

A pesquisa TIC Domicílios 2017 mostra que dois terços (67%) da população são usuários de Internet no país (pessoas que acessaram a rede pelo menos uma vez nos três meses anteriores ao levantamento) – um aumento expressivo em comparação a 2010, quando a proporção era de 41% (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2018). Esses dados, porém, se referem à média da população. Um recorte por perfis evidencia “escadas de desigualdade”: o percentual de usuários sobe de acordo com a classe econômica e a escolaridade; diminui com a idade (Gráfico 1).

GRÁFICO 1
USUÁRIOS DE INTERNET, POR GRAU DE INSTRUÇÃO, CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
Total da população (%)



Fonte: Pesquisa TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018).

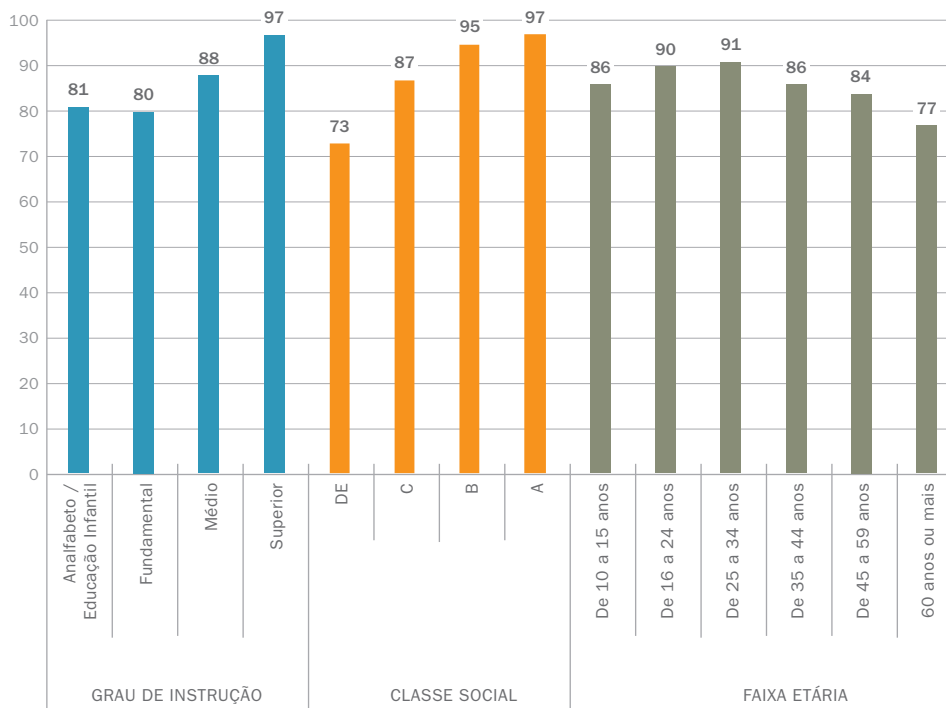
Observação: É classificado como usuário de Internet quem acessou a rede pelo menos uma vez nos três meses anteriores à pesquisa.

Além disso, há diferenças significativas entre as áreas (urbana 71% e rural 44%) e as regiões brasileiras: a proporção é maior no Centro-Oeste (76%), no Sudeste (74%) e no Sul (69%),

menor no Norte e no Nordeste (58% nos dois casos). Já os resultados para homens (68%) e mulheres (67%) são muito parecidos.

Algo similar acontece em outros indicadores que se debruçam exclusivamente sobre os usuários de Internet. Ainda que em alguns casos os degraus mostrem-se um pouco mais suaves ou a inclinação mude sutilmente, a “escada da desigualdade” geralmente continua ascendente para escolaridade e classe econômica, e descendente para idade. Isso ocorre em frequência de uso (Gráfico 2), envio ou recebimento de *e-mail*, uso de redes sociais, entre outras atividades relacionadas a comunicação³ e busca de informações⁴. A tendência só muda (embora não chegue a se inverter) no recorte por idade de alguns indicadores. Não são as duas primeiras faixas etárias, por exemplo, que mais buscam informações sobre produtos e serviços, saúde e viagens, nem as que mais fazem transações financeiras.

GRÁFICO 2
USUÁRIOS DE INTERNET QUE ACESSAM TODOS OS DIAS OU QUASE TODOS OS DIAS, POR GRAU DE INSTRUÇÃO,
CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
Total de usuários de Internet (%)



Fonte: Pesquisa TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018).

³ Resultados do indicador C5 – Usuários de Internet, por atividades realizadas na Internet – Comunicação. Mais informações no *website* do Cetic.br. Recuperado em 25 de janeiro, 2019, de <https://cetic.br/tics/domicilios/2017/individuos/C5/>

⁴ Resultados do indicador C6 – Usuários de Internet, por atividades realizadas na Internet – Busca de informações. Mais informações no *website* do Cetic.br. Recuperado em 25 de janeiro, 2019, de <https://cetic.br/tics/domicilios/2017/individuos/C6/>

QUEM MAIS INTERAGE COM CONTEÚDOS CULTURAIS NA INTERNET⁵

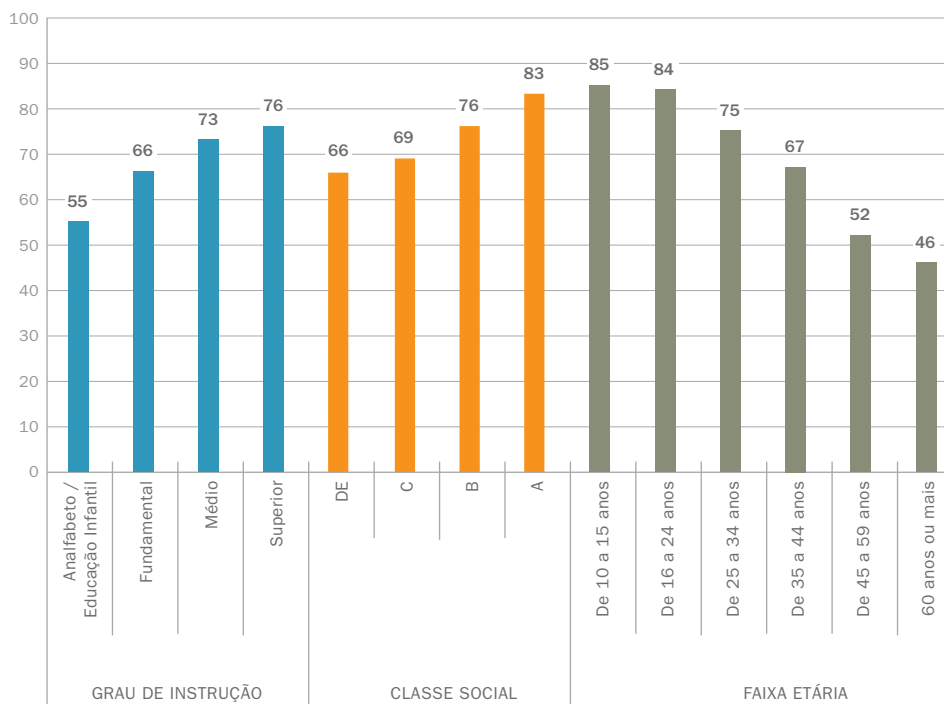
A TIC Domicílios deixa claro, portanto, que os mais jovens, mais escolarizados e em posição mais alta na escala socioeconômica têm mais acesso à Internet, e são os que usam com mais frequência a maioria dos serviços oferecidos pela rede. A pesquisa traz também um grupo de perguntas sobre práticas culturais *on-line*, acesso a conteúdos artísticos e de entretenimento. As duas atividades mais realizadas são assistir a filmes, vídeos ou séries e ouvir música, com percentuais idênticos em 2017: 71% dos usuários de Internet, mais do que em 2014 (58% e 57%, respectivamente).

A leitura de jornais e revistas teve uma oscilação negativa entre 2014 e 2015, depois reverteu essa queda, chegando a 55% em 2017. Um importante indicador incluído no último levantamento foi o acesso a exposições virtuais ou museus pela Internet (11%).

O estudo aponta ainda um recuo gradual no percentual dos que baixaram músicas – de 51% (2014) para 42% (2017) – e filmes – de 29% para 23%. O resultado parece compatível com o incremento dos serviços de *streaming* nos últimos anos.

E quais são os usuários que mais usufruem desses recursos? Novamente, as “escadas de desigualdade” se destacam: é maior a presença dos mais jovens, de classe mais alta e mais escolarizados (Gráficos 3 e 4). Para jogos eletrônicos, a tendência se inverte no grau de instrução: a faixa etária parece pesar mais, de modo que os números para Ensino Fundamental são superiores aos do Ensino Médio, que, por sua vez, superam os dos que passaram pela universidade.

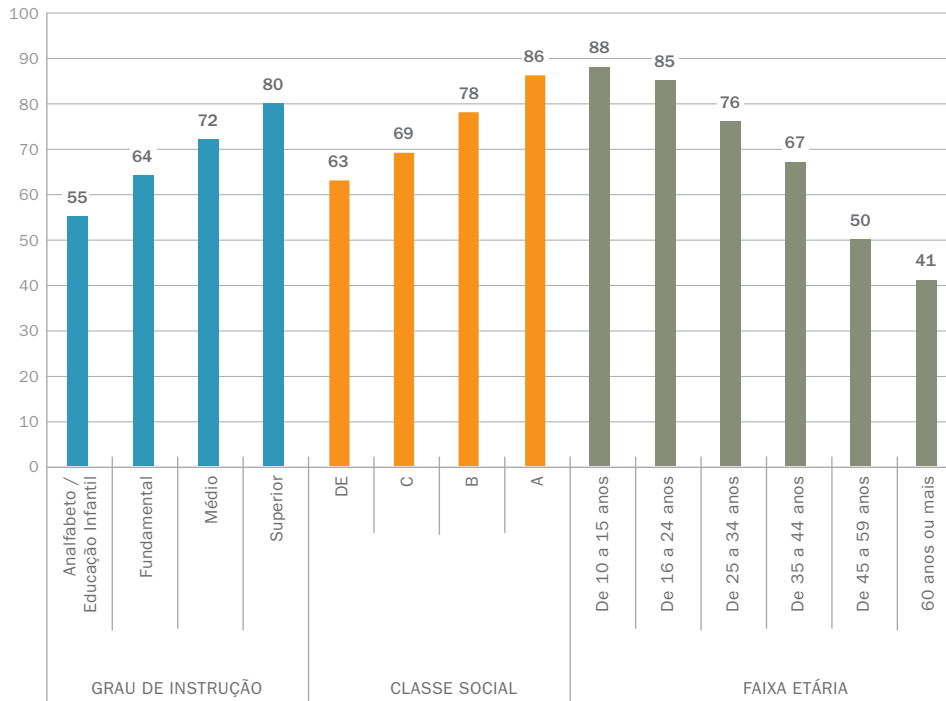
GRÁFICO 3
USUÁRIOS DE INTERNET QUE OUVIRAM MÚSICA *ON-LINE*, POR GRAU DE INSTRUÇÃO, CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
Total de usuários de Internet (%)



Fonte: Pesquisa TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018).

⁵ O verbo interagir está sendo usado para indicar tanto interações passivas (assistir, ouvir) quanto ativas (fazer *download*, publicar).

GRÁFICO 4
USUÁRIOS DE INTERNET QUE ASSISTIRAM A VÍDEOS, PROGRAMAS, FILMES OU SÉRIES ON-LINE, POR GRAU DE INSTRUÇÃO, CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
Total de usuários de Internet (%)

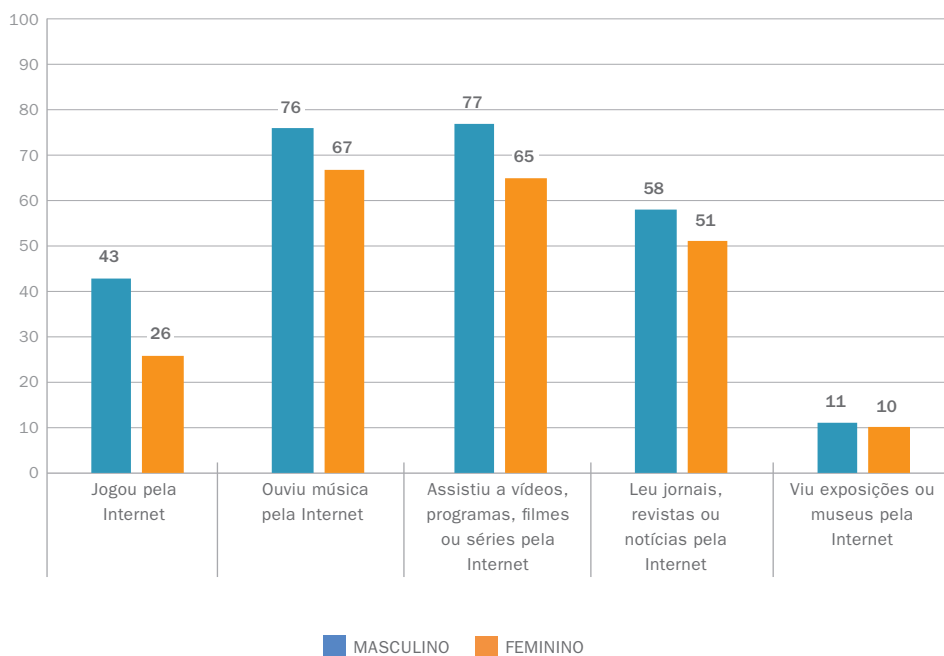


Fonte: Pesquisa TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018).

Convém sublinhar dois pontos. Primeiro, ao contrário do que ocorre em frequência de acesso e uso de alguns serviços, aqui a “escada” das faixas etárias é a mais íngreme. Nas três primeiras faixas, que abarcam dos 10 aos 34 anos, todos os percentuais ficaram acima da média do conjunto dos usuários de Internet (71% para ouvir música e ver filmes). Situação inversa surge entre os indivíduos que têm 35 anos ou mais: os três grupos ficaram abaixo da média.

O segundo ponto é que, também ao contrário do que se notou nos indicadores anteriores, naqueles relacionados a usufruir conteúdos de cultura surge uma discrepância entre os públicos masculino e o feminino. Com exceção de navegar por museus ou exposições na Internet, os homens são mais assíduos que as mulheres (Gráfico 5).

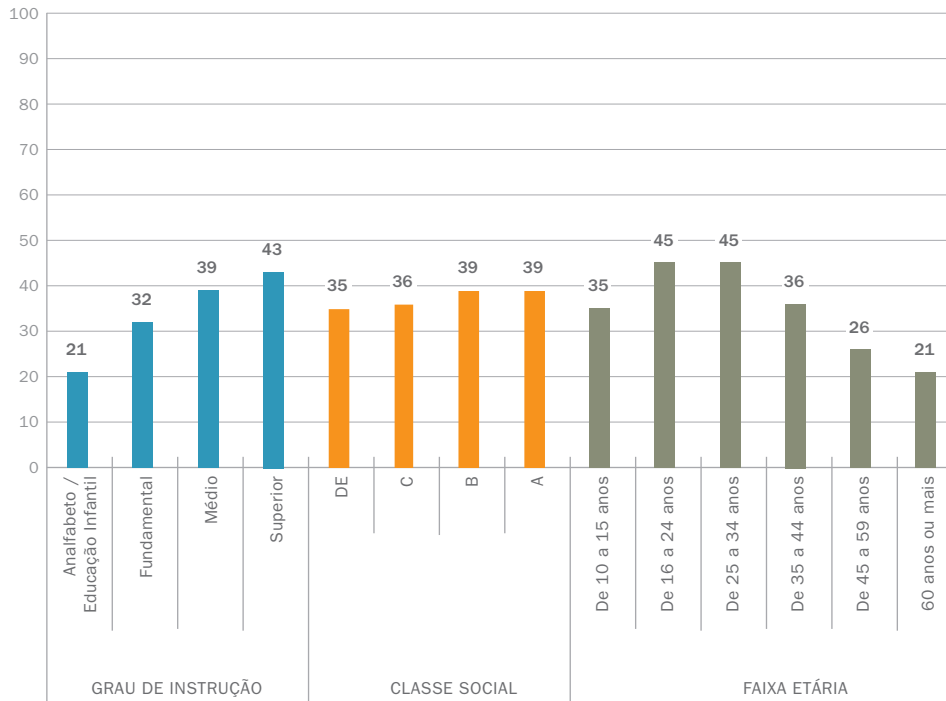
GRÁFICO 5
USUÁRIOS DE INTERNET, POR ATIVIDADES REALIZADAS (2017)
Total de usuários de Internet (%)



Fonte: Pesquisa TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018).

A TIC Domicílios traz ainda informações sobre práticas que envolvem relação mais ativa com conteúdos culturais. E, de novo, as “escadas” aparecem: quase sempre a proporção aumenta com a escolaridade e a classificação econômica e diminui com a idade. Isso vale para compartilhamento de conteúdo na Internet; criação ou atualização de *blogs*, páginas da Internet ou *sites*; e postagens de textos, imagens, fotos, vídeos ou músicas criadas pelo usuário (Gráfico 6).

GRÁFICO 6
USUÁRIOS DE INTERNET QUE POSTARAM TEXTOS, IMAGENS, FOTOS, VÍDEOS OU MÚSICAS QUE CRIARAM, POR GRAU DE INSTRUÇÃO, CLASSE SOCIAL E FAIXA ETÁRIA (2017)
Total de usuários de Internet (%)



Fonte: Pesquisa TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018).

A tendência se mantém em grande parte das questões relacionadas a *download* (de filmes, séries, músicas, jogos, aplicativos e livros). Nesse bloco, voltam a manifestar-se as diferenças entre usuários masculinos e femininos – em todos os casos, os homens baixam mais conteúdos que as mulheres.

Em suma, esses dados evidenciam que os grupos do topo da “escada” são quase sempre os mesmos. Indivíduos mais escolarizados, mais ricos e mais jovens têm mais acesso à rede e, dentre os que acessam, são os que o fazem mais frequentemente, usufruem de uma gama maior de possibilidades de serviços e produtos e interagem mais ativamente com material de cunho artístico e cultural. Essa rotina *on-line* mais intensa poderia significar um acesso menor a atividades culturais *off-line*?

QUEM MAIS VAI A ATIVIDADES CULTURAIS

A TIC Domicílios, por debruçar-se sobre uso de tecnologias de informação e comunicação, não tem como foco atividades culturais feitas fora desse escopo. Assim, para averiguar como esse uso impacta tais atividades, é preciso recorrer a pesquisas de hábitos culturais, que

verificam se os entrevistados leram ou foram a cinemas, shows de música, teatros e museus. A comparação com a pesquisa JLeiva Cultura nas Capitais (JLeiva Cultura & Esporte, 2018) – que ouviu 10.630 moradores de 12 cidades do Brasil⁶ e foi realizada no mesmo ano que a TIC Domicílios 2017 – pode ajudar nessa análise.

Antes, no entanto, as diferenças de metodologias precisam ser destacadas. Os dois estudos consideram universos diferentes (Brasil, num caso; 12 capitais, em outro). Também trabalham com intervalos de tempo distintos: as perguntas sobre acesso *on-line* levam em conta o período de três meses; as de acesso às atividades culturais, 12 meses. A TIC Domicílios é uma pesquisa domiciliar; a Cultura nas Capitais, feita em pontos de fluxo. A primeira entrevista pessoas a partir de dez anos de idade; a segunda, de 12 anos em diante. Ainda assim, a comparação nos parece válida: o fundamental aqui é avaliar se as tendências apontam para a mesma direção.

E quais são essas tendências? As “escadas da desigualdade” novamente se manifestam: o perfil daqueles que mais frequentam boa parte das atividades culturais *off-line* é semelhante ao de quem mais acessa a Internet – indivíduos escolarizados, jovens e no topo da pirâmide socioeconômica. A constatação de que pessoas com maior renda e estudo têm mais acesso a atividades culturais não é nova: vem sendo registrada em inúmeras pesquisas no exterior⁷ e no Brasil.⁸

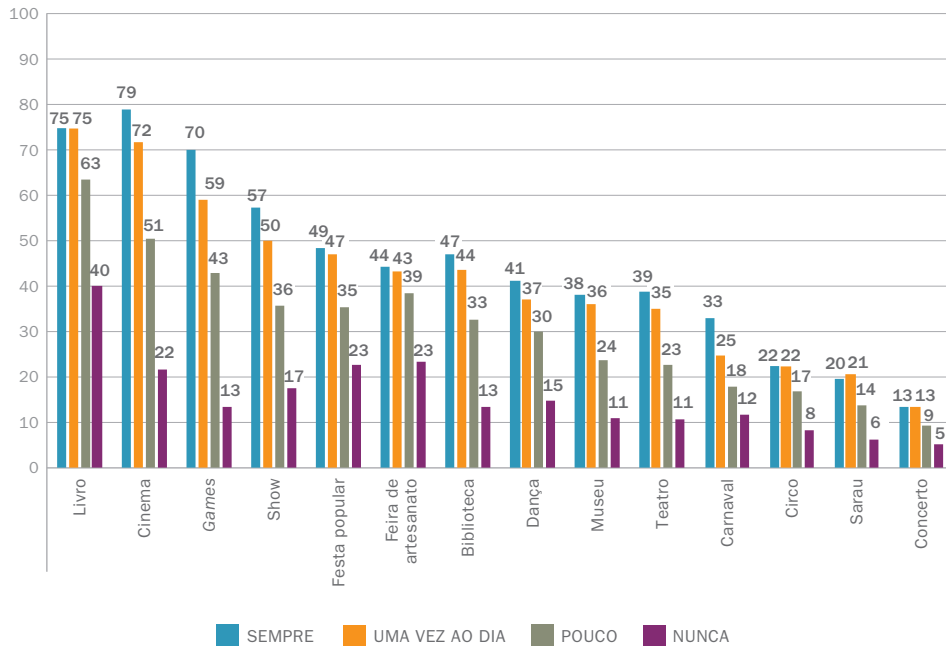
Se os perfis são semelhantes, não é de espantar que quem acessa mais a Internet também vai mais a atividades culturais. Essa relação fica clara num cruzamento feito pela própria Cultura nas Capitais (JLeiva Cultura & Esporte, 2018). No estudo, os entrevistados foram classificados em quatro categorias, segundo intensidade de acesso à Internet: está sempre conectado; acessa todo dia, mas não está sempre conectado; acessa pouco; e nunca acessa. Na grande maioria dos casos, há uma relação crescente: quem mais acessa a Internet vai mais a atividades culturais *off-line*. Em todos os casos investigados, a porcentagem dos grupos mais conectados é maior (Gráfico 7).

⁶ A amostra engloba Belém (PA), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Curitiba (PR), Fortaleza (CE), Manaus (AM), Porto Alegre (RS), Recife (PE), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA), São Luís (MA) e São Paulo (SP). Mais informações no *website* da pesquisa. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de <http://www.culturanascapitais.com.br/>

⁷ Os primeiros a refletir mais detidamente sobre esse ponto foram Pierre Bourdieu e Alain Darbel (2003), em livro publicado em 1969 – na edição brasileira, *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. As tendências foram confirmadas em pesquisas posteriores em localidades tão diversas como América Latina (Organização dos Estados Ibero-americanos para Educação, Ciência e Cultura [OEI], 2014), União Europeia (Comissão Europeia, 2013) e Estados Unidos (National Endowment for the Arts [NEA], 2015).

⁸ Mais informações em Jordão e Allucci (2014), Silva e Araújo (2010) e Kling (2015).

GRÁFICO 7
INDIVÍDUOS QUE FORAM AO MENOS UMA VEZ EM 12 MESES A ATIVIDADES CULTURAIS SELECIONADAS, POR INTENSIDADE DE ACESSO À INTERNET (2017)
Total da população (%), em 12 capitais



Fonte: JLeiva/Datafolha, Cultura nas Capitais (2018).

Essa não é uma tendência exclusiva das capitais. Outro levantamento da JLeiva, feito em 2014 em 21 municípios paulistas, chegou a conclusões parecidas (JLeiva Cultura & Esporte, 2014). O mesmo pode ser visto na edição da pesquisa Eurobarômetro de 2013, abrangendo os países da União Europeia: entre os europeus que usam a Internet todo dia, é maior a proporção dos que foram ao menos uma vez em 12 meses a espetáculo de dança ou ópera, cinema, teatro, concerto, biblioteca pública, patrimônio histórico, museu ou galeria, por exemplo (Comissão Europeia, 2013).

POR QUE OS PERFIS SÃO SEMELHANTES?

Está claro, até aqui, que as pesquisas quantitativas mostram perfis semelhantes para quem mais acessa a Internet e para quem mais vai a atividades culturais *off-line*. Mais ainda, os estudos indicam que indivíduos que passam mais tempo navegando também são os que mais frequentam cinemas, museus, teatros e festas populares – ao menos, é o que acontece com os moradores de capitais e municípios de médio porte do interior paulista. Ou seja, é possível que atualmente uma atividade não esteja “roubando” tempo da outra. Por que isso estaria ocorrendo?

A hipótese é que a renda (neste artigo, vista sob o prisma da classificação econômica) e a escolaridade facilitem o acesso a esses dois “mundos” (*on-line* e *off-line*). A relação com nível econômico parece evidente: usar a Internet com frequência é mais fácil para quem pode pagar por conexão fixa ou boa conexão móvel. Do mesmo modo, como boa parte da programação cultural é paga, quem tem mais recursos pode acessá-la mais. Além disso, de modo indireto, renda maior colabora para aquisição de referências que constroem um repertório e incentivam o acesso a manifestações artísticas.

No caso da escolaridade, dois aspectos se sobressaem. Na escola, crianças e jovens tomam contato com livros, filmes, exposições e peças de teatro. Além disso, estão num ambiente que valoriza e estimula as atividades culturais como forma de aquisição de conhecimento, reflexão e expressão. Outro ponto está relacionado à socialização. Ambiente coletivo, a escola favorece o florescimento de laços de amizade – e a cultura pode funcionar como uma espécie de facilitador dessas relações. Com exceção da leitura, as atividades culturais *off-line* são quase sempre feitas em grupo (casais, amigos, famílias). É pequeno o percentual de pessoas que vão sozinhas ao cinema, ao teatro, a shows de música ou a museus.⁹

Quanto à idade, a ligação entre jovens e novas tecnologias de comunicação tem sido bastante explorada. A TIC Domicílios sugere que, em alguns casos, as diferenças não são tão expressivas nas três primeiras faixas etárias (ou seja, dos dez aos 34 anos), mas, a partir daí, a “escada” aparece claramente. No acesso a atividades culturais *off-line*, a tendência é parecida. Aqui, talvez tenha peso a disponibilidade de tempo livre (maior entre adolescentes e jovens e entre adultos ainda sem filhos).

De qualquer forma, é possível que passar mais tempo conectado já esteja afetando as atividades culturais *off-line*, mas que isso ainda não esteja sendo captado pelos levantamentos da área. As pesquisas da JLeiva indicam se as pessoas foram ao menos uma vez em 12 meses a algumas atividades culturais. Caso haja redução na frequência (de uma vez por mês a uma vez por semestre, por exemplo), isso escapa ao radar do estudo.

Outra hipótese é que, sobretudo após a disseminação dos *smartphones* (96% dos usuários de Internet recorrem a esses equipamentos para acessar a rede, segundo a TIC Domicílios), a realização de atividades fora de casa não seja sempre incompatível com manter-se conectado. Na área cultural, festas populares¹⁰, museus¹¹, *shows*¹², teatros¹³ e concertos de música clássica¹⁴ estão estimulando o uso de celulares para fotos e compartilhamento de experiências.

⁹ Entre as pessoas que frequentam esses locais, só 11% costumam ir sozinhas a museus; 8% ao cinema e 8% ao teatro, segundo a já citada pesquisa Cultura nas Capitais (JLeiva Cultura & Esporte, 2018).

¹⁰ Mais informações nos *websites* da Prefeitura de São Vicente (SP) e do jornal Correio Popular. Recuperados em 25 janeiro, 2019, de <http://www.saovicente.sp.gov.br/579> e http://correio.rac.com.br/mobile/materia_historico.php?id=470668

¹¹ Mais informações no *website* da PBS. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de <https://www.pbs.org/newshour/arts/is-instagram-killing-our-museum-culture-or-reinventing-it>

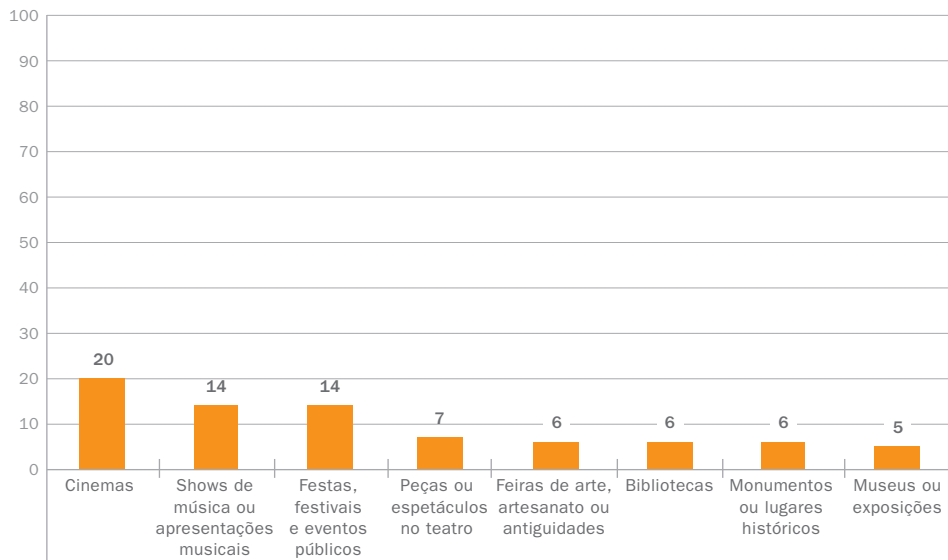
¹² Mais informações no *website* Techtudo. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de <https://www.techtudo.com.br/listas/noticia/2015/09/rock-rio-tem-app-com-mapa-pontos-de-wi-fi-e-shows-veja-como-usar.html>

¹³ Mais informações no *website* Olhar Digital. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de <https://olhardigital.com.br/noticia/teatro-permite-plateia-interagir-pelo-smartphone/33114>

¹⁴ Mais informações no *website* UOL. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2017/03/06/theatro-municipal-de-sp-cria-bis-para-publico-tirar-fotos-dos-espeticulos.htm>

A própria TIC Domicílios indica que o ambiente *on-line* pode ser relevante para o acesso à cultura *off-line*. Os entrevistados foram indagados sobre o uso dos meios digitais para busca de informações para realizar algumas atividades culturais. Os resultados mostram a relevância que a Internet tem como plataforma de divulgação também para a cultura (Gráfico 8).

GRÁFICO 8
INDIVÍDUOS, POR BUSCA DE INFORMAÇÕES NA INTERNET PARA REALIZAR ATIVIDADES CULTURAIS PRESENCIAIS (2017)
Total da população (%)



Fonte: Pesquisa TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018).

Uma leitura rápida pode dar a impressão de que os números são baixos, mas uma análise mais cuidadosa mostra que são relevantes: os percentuais dizem respeito ao conjunto da amostra, e não ao grupo que acessa a Internet ou que frequenta as atividades pesquisadas, uma vez que as práticas *off-line* não são o foco da TIC Domicílios.

As pesquisas da JLeiva Cultura & Esporte indagam sobre o acesso a sete das oito atividades pesquisadas pela TIC Domicílios, ainda que, por vezes, com variações de nomenclatura. Na Cultura nas Capitais, o percentual de pessoas que afirmaram ter ido a essas atividades varia de 64% (cinema) a 31% (teatro e museus). É razoável imaginar que o acesso no universo considerado na TIC Domicílios seja menor, pois também inclui cidades de menor porte e de todo o país, chegando a municípios que não têm salas de cinema ou museus. Levando-se isso em consideração, pode-se entender melhor a relevância das cifras colhidas pelo CGI.br.

Além disso, os levantamentos da JLeiva apontam na mesma direção, embora a pergunta tenha sido formulada de forma distinta e o universo seja restrito a centros urbanos. Aqui, a questão não é segmentada por atividade, como na TIC Domicílios, permitindo apenas uma leitura genérica, não por área. Quando perguntados sobre quais meios usam para escolher a programação cultural, os entrevistados citam TV (47%), redes sociais (44%), boca a boca (32%) e Internet (26%).

Em suma, ainda que o ambiente *on-line* possa representar uma concorrência às atividades culturais presenciais, as mídias digitais têm se mostrado uma ferramenta de comunicação decisiva para atrair o público para a programação *off-line*. Avançar na compreensão dessa dinâmica, como tem feito o CGI.br, será de grande importância nos próximos anos.

EQUIPAMENTOS CULTURAIS ATENDEM DEMANDA ON-LINE?

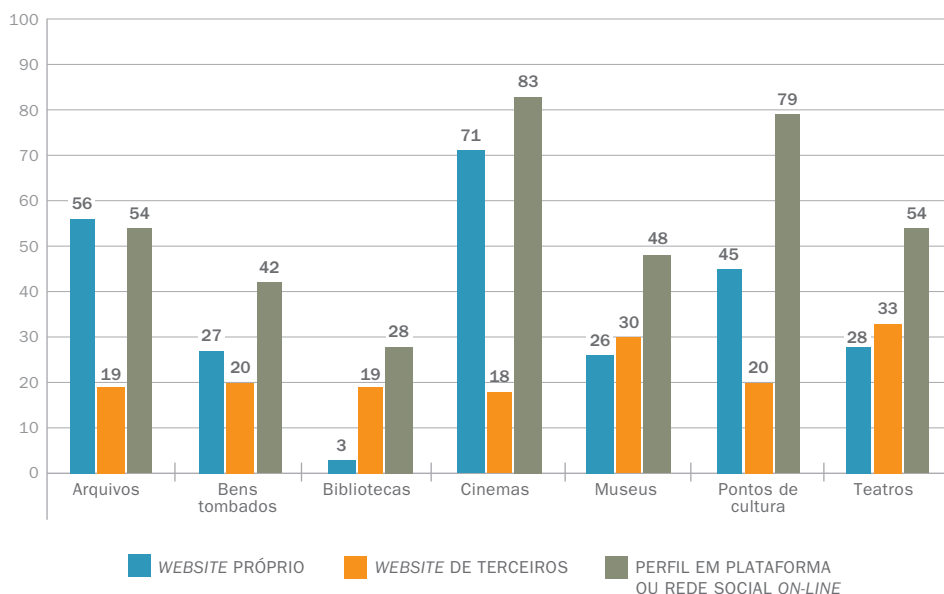
A constatação da relevância dos meios digitais para as atividades de cultura presenciais traz um pouco de preocupação para o resultado de outra pesquisa do CGI.br. A TIC Cultura 2018, que trata do uso das TIC por equipamentos culturais, mostra percentuais por vezes pouco expressivos de espaços que têm *website* próprio ou que estão presentes em páginas de terceiros (Gráfico 9).

O estudo abrange equipamentos de diferentes perfis, com maior ou menor nível de interação com o público, e, conseqüentemente, uma necessidade variada de disponibilizar serviços num *website*. Mesmo assim, os números indicam descompasso em relação ao comportamento do público registrado pela pesquisa domiciliar.

GRÁFICO 9

EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR *WEBSITE* PRÓPRIO, PRESENÇA EM *WEBSITE* DE TERCEIROS E PERFIL EM PLATAFORMA OU REDE SOCIAL *ON-LINE* (2018)

Total de equipamentos culturais (%)



Fonte: Pesquisa TIC Cultura 2018 (CGI.br, 2019).

Os resultados melhores para cinemas são compatíveis com a forte participação audiovisual nas redes e com a facilidade que os filmes têm para divulgação digital. Os arquivos, que disponibilizam diferentes tipos de informação, também registraram dados mais robustos. Já em museus e teatros os percentuais são um tanto mais baixos, embora se trate de espaços que têm contato direto com o público e que dependem de uma divulgação eficiente para atrair mais visitantes. As porcentagens também modestas de bens tombados e bibliotecas talvez estejam ligadas ao fato de, em alguns casos, serem equipamentos de visitação restrita.

Com relação ao conteúdo dos *websites*, o quadro é mais homogêneo. Entre os equipamentos culturais que disponibilizam o serviço, os recursos mais oferecidos são informações gerais sobre a instituição, suas atividades e sua programação, o que indica que esses espaços estão preocupados em publicar ao menos os dados básicos sobre a visitação, na tentativa de converter o visitante virtual em visitante presencial.

Outro ponto de atenção, também em contraste com as necessidades do público, é o elevado número de espaços sem área, pessoa ou serviço terceirizado responsável pelo relacionamento com o público nas redes sociais.

CONCLUSÃO

A TIC Domicílios 2017 deixa clara a importância e o crescimento das atividades *on-line* no país nos últimos anos. As atividades culturais realizadas por meio da Web seguiram a mesma direção, com particular destaque para filmes, vídeos, séries e músicas, acessados pela maioria dos usuários de Internet (71%) e por metade da população (50%). A participação, porém, ainda é desigual. O acesso à rede é maior entre os brasileiros de maior escolaridade, maior renda e mais jovens, seja para uso geral, seja para atividades culturais.

Essa tendência, ao menos por enquanto, não é conflitante com as atividades culturais praticadas *off-line*. Não só o perfil daqueles que as frequentam é semelhante ao de quem tem maior acesso à Internet como as ferramentas *on-line* vêm se constituindo em importante fonte de informações sobre a programação *off-line*.

Ao mesmo tempo, os equipamentos culturais ainda podem ter maior presença na Internet, reforçar a publicação de sua programação na Web e montar equipes para atender aos usuários das plataformas digitais. O comportamento do público mostra a necessidade de as instituições terem um melhor suporte e atuação *on-line*.

Infelizmente, não é possível comparar o cenário atual com o anterior ao advento da Internet no Brasil, pois não havia pesquisas de hábitos culturais naquela época realizadas com metodologia semelhante às atuais, e mesmo os dados de visitação a equipamentos culturais, que poderiam funcionar como alternativa, são precários ou inexistentes. Mas será possível, e desejável, acompanhar as movimentações futuras, pois tudo indica que as tecnologias digitais trarão mudanças com potencial de afetar não só a dinâmica dos hábitos *on-line*, mas também o comportamento *off-line*. As próximas edições das pesquisas TIC Domicílios e TIC Cultura serão valiosas para tais análises.

REFERÊNCIAS

- Bauman, Z. (2011). *44 cartas do mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bourdieu, P., & Darbel, A. (2003). *O amor pela arte: Os museus de arte na Europa e seu público*. São Paulo: Edusp e Zouk.
- Comissão Europeia (2014). *Special Eurobarometer 399: Cultural access and participation*. Bruxelas: Comissão Europeia. Recuperado em 13 fevereiro, 2019, de https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S1115_79_2_399
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2017*. São Paulo: CGI.br.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2019). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros: TIC Cultura 2018*. São Paulo: CGI.br.
- JLeiva Cultura & Esporte (2014). *Cultura em SP*. São Paulo, SP. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de <http://www.pesquisasp.com.br/>
- JLeiva Cultura & Esporte (2018). *Cultura nas Capitais*. São Paulo, SP. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de <http://www.culturanascapitais.com.br/>
- Jordão, G., & Allucci, R. R. (2014). *Panorama setorial da cultura brasileira: 2013-2014*. São Paulo: Allucci & Associados Comunicações.
- Kling, F. (2015). *O desafio de atrair a classe C*. Recuperado em 25 de janeiro, 2019, de <https://www.culturaemercado.com.br/site/panoramadacultura/o-desafio-de-atrair-classe-c/>
- National Endowment for the Arts – NEA (2015). *A decade of arts engagement: Findings from the survey of public participation in the arts, 2002–2012*. Washington: Arts.gov. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de <https://www.arts.gov/publications/decade-arts-engagement-findings-survey-public-participation-arts-2002-2012>
- Organização dos Estados Ibero-americanos para Educação, Ciência e Cultura – OEI (2014). *Encuesta latinoamericana de hábitos y prácticas culturales 2013*. Madri: OEI. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de https://www.oei.es/historico/publicaciones/detalle_publicacion.php?id=147
- Rocha, E., Pereira, C., & Balthazar, A.C. (2010). *Tempo livre é tempo útil: Gadgets, entretenimento e juventude*. XIX Encontro da Compós, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Recuperado em 25 janeiro, 2019, de http://compos.com.puc-rio.br/media/gt11_everardo_rocha_claudia_pereira_ana_carolina_balthazar.pdf
- Silva, F. A. B., & Araújo, H. E. (Coord.) (2010). *Indicador de desenvolvimento da economia da cultura*. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – Ipea.

FRUIÇÃO CULTURAL EM MEIOS DIGITAIS: CONECTIVIDADE PARA ACESSO À DIVERSIDADE CULTURAL

Viviane Riegel¹, Joana Pellerano², Renato Vercesi Mader³ e Wilson Roberto Bekesas⁴

Os estudos sobre fruição cultural em meios digitais no Brasil ainda necessitam ampliação empírica e analítica. As investigações existentes se relacionam a duas áreas de pesquisa – consumo cultural e consumo midiático digital. No entanto, as principais pesquisas sobre consumo cultural realizadas na última década (Ministério da Cultura [Minc]; Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada [Ipea], 2007; Serviço Social do Comércio [Sesc], 2013; Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro [Fecomércio-RJ], 2016; JLeiva Cultura & Esporte, 2018) não abordam especificamente, ou com aprofundamento, o uso de meios digitais para essas práticas. Já dentre as pesquisas sobre consumo midiático, a relação com consumo cultural é encontrada especificamente no estudo do público jovem, destacando-se o projeto “Jovem e consumo cultural em tempos de convergência” (Jacks, Toaldo, Wottrich, Oikawa, & Noll, 2010), que busca relacionar elementos constitutivos das identidades dos jovens a processos e práticas culturais que acontecem por meio do consumo midiático. Assim, as pesquisas realizadas pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), ligado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), com indivíduos brasileiros sobre fruição cultural em meios digitais, permitem uma análise mais aprofundada dessas questões (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2017, 2018).

Dentre as discussões sobre fruição cultural em meios digitais, destacamos as possibilidades de acesso à diversidade cultural, ou seja, o consumo de produtos culturais de diferentes origens, de locais a estrangeiras, por meio da conectividade digital. Canclini (2009) explica que há um processo de desmaterialização da cultura nos meios digitais, que possibilita diferentes práticas de consumo, formas de acesso e construção de sociabilidade. Assim, o estudo sobre diversidade no consumo cultural se relaciona a dois fenômenos interdependentes, segundo Appadurai (1994): 1) a crescente internacionalização da produção e do consumo cultural; e

¹ Doutora em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP) e em Sociologia pela Goldsmiths College.

² Doutora em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP).

³ Doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP). Professor da Graduação em Comunicação da ESPM/SP.

⁴ Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Puc-SP).

2) a efervescência de produções e recepções artísticas locais, fenômeno que alguns sociólogos da cultura denominam “indigenização” das práticas culturais. A tensão entre esses movimentos resulta na discussão sobre consumo de produtos culturais nacionais ou estrangeiros. Nessa conexão entre produtos culturais de diferentes origens, consumidos principalmente pelos meios digitais, Cicchelli, Ottobre e Riegel (2016) estudaram o desenvolvimento do que é considerado cosmopolitismo estético: “uma disposição cultural envolvendo postura estética e intelectual de abertura para povos, lugares e experiências de diferentes culturas, especialmente de diferentes nações (Szerszinski and Urry 2002), ou, de um gosto para as margens mais amplas da experiência cultural (Tomlinson 2009)” (p. 57). No Brasil, especificamente, esse fenômeno também foi pesquisado por Bekesas, Riegel e Mader (2016).

ANÁLISE

A partir do módulo de Atividades Culturais da pesquisa TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018), e do estudo qualitativo “Cultura e tecnologias no Brasil – um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias da informação e comunicação” (CGI.br, 2017), realizados com indivíduos em todo o território brasileiro, analisamos possibilidades de acesso à fruição cultural de produtos de diferentes origens, por meio da conectividade digital. A análise é desenvolvida a partir dos dados sobre a origem (brasileira e/ou estrangeira) de músicas, filmes ou séries consumidos pelos brasileiros na Internet, em recorte por classe, idade e região de domicílio. Desenvolvemos, então, uma comparação com os dados da pesquisa “Cosmopolitismos Juvenis no Brasil”, que concentrou sua discussão nas preferências e imaginários relacionados ao consumo de produtos culturais de diferentes origens entre jovens de 15 a 24 anos.

CULTURA E TECNOLOGIAS NO BRASIL

O Cetic.br investiga a interface entre tecnologias de informação e comunicação e cultura, no tocante às práticas culturais da população e sua adoção por equipamentos culturais. Em relação especificamente ao estudo das práticas culturais dos brasileiros por meio das tecnologias de informação e comunicação, as pesquisas têm como objetivos: 1) investigar hábitos de consumo de cultura na Internet, e 2) investigar processos de criação e difusão de conteúdos pelos indivíduos na Internet.

Para tanto, o Centro realizou: 1) estudo qualitativo com 24 grupos focais com indivíduos de diversos perfis etários e socioeconômicos em diferentes municípios brasileiros, em março de 2016 (CGI.br, 2017); 2) *survey* quantitativa como módulo da pesquisa TIC Domicílios, realizada com indivíduos de 10 anos ou mais, com 23.592 entrevistas domiciliares realizadas em 350 municípios, por meio de questionário estruturado aplicado por *tablets*, entre novembro de 2017 e maio de 2018 (CGI.br, 2018). A pesquisa buscou observar quatro dimensões: de acesso, econômica, da diversidade e criativa. A investigação focou então no papel da Internet no acesso a bens culturais, nas estratégias que os usuários de Internet adotam para escolher se vão ou não adquirir esses bens *on-line*, na influência da Internet na diversidade do que é

ofertado e acessado e na percepção dos indivíduos em relação à Internet como um espaço de criação e compartilhamento de conteúdo.

O estudo qualitativo (CGI.br, 2017) revelou demanda unânime por conectividade como condição essencial para fruição cultural digital. As motivações para o consumo cultural *on-line* dos indivíduos variam conforme estrutura e classe social que os cercam: conectados pelas demandas coletivas de ensino-pesquisa, por questões individuais como entretenimento midiático, ou sociais, em redes de conexão. Nos grupos de classes sociais mais elevadas, a noção de que usufruem do consumo cultural digital foi mais presente e abrangente do que nos de classes inferiores.

Em relação à diversidade cultural, destacamos os grupos focais realizados com jovens de diferentes classes sociais, regiões e faixas etárias – 15 a 17 e 22 a 26 anos –, onde há grande interesse por produtos culturais internacionais, como filmes, séries, músicas e livros. Este consumo permite contato e pode despertar interesse por outras culturas, conforme apontam os estudos empíricos de Cicchelli e Octobre (2018).

Para os jovens, o idioma estrangeiro gera curiosidade e condição de conexão com o mundo. Alguns entrevistados de diferentes classes sociais (principalmente nas mais elevadas) afirmam que o consumo dos produtos audiovisuais é preferível em seu idioma original, com ou sem legendas: “Eu assistia dublado, só que daí eu comecei a assistir muito legendado, aí eu não consigo assistir dublado mais, porque não tem nexa”. Um entrevistado recomenda a série *Downton Abbey* “para quem quer aprender inglês, o inglês deles é perfeito, porque é inglês britânico, muito bom pra aprender” (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR [NIC.br], s.d.). Dentre os que preferem a dublagem, um jovem das classes DE destaca vantagem para quem não domina outros idiomas: “Para a gente prestar mais atenção tem que ser dublado. Porque se tiver uma legenda lá, você não vai nem ver direito o que está acontecendo”.

Músicas estrangeiras são consumidas em inglês, espanhol e até mandarim, e os jovens pesquisam a tradução das letras e seus intérpretes em redes sociais. O acesso a shows internacionais não é fácil para todas as regiões, mas muitos revelam ter viajado para São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte para ver seus artistas preferidos, como The Rolling Stones e Justin Bieber. Além disso, acompanham apresentações por *streaming* ou em vídeos nas redes sociais.

Na literatura, alguns falam que preferem obras estrangeiras traduzidas para o português. Um jovem afirma “eu não gosto de livro brasileiro, nunca li nenhum”, citando obras estrangeiras como *Orgulho e preconceito*, *Morro dos ventos uivantes* e *Crepúsculo*. Esse consumo do produto estrangeiro em português é também capaz de abrir portas para o interesse intercultural. Um jovem decidiu pesquisar sobre museus a partir do livro *Código da Vinci*: “Tem uns museus bem legais lá em Florença [Itália] que eu li a história e achei muito legal e fiquei querendo visitar. Aí fui no Google Imagens para ver”.

O estudo quantitativo (CGI.br, 2018) revelou que a origem dos produtos culturais consumidos varia conforme área de moradia (urbana/rural), sexo, grau de instrução, faixa etária, classe social, renda familiar e atividade econômica. Dentre os produtos culturais pesquisados (músicas, filmes e séries), as músicas são o grupo mais consumido pela Internet (por mais de 89 milhões de indivíduos), assim como apresenta maior percentual de produtos brasileiros (96,6%), em comparação aos estrangeiros (56,9%), menor percentual dentre os grupos. Os filmes, segundo produto mais consumido na Internet (por mais de 59 milhões de indivíduos), são divididos mais equilibradamente entre brasileiros (78,7%) e estrangeiros (70,6%). Por último, no caso

do consumo de séries na Internet (assistidas por mais de 44 milhões de indivíduos), há uma proporção maior de produtos estrangeiros (83,8%) do que brasileiros (52,8%). O consumo de séries estrangeiras é também mais predominante entre as classes A, B e C e na faixa etária dos jovens – 16 a 24 e 25 a 34 anos. Essa faixa etária é também a que mais consome música, filmes e séries – incluindo brasileiras e estrangeiras – em meios digitais.

Os dados da pesquisa revelam que, de fato, a Internet *per se* amplia a possibilidade de consumo cultural, revelando com facilidade a presença de uma multiculturalidade na oferta de produtos estrangeiros, sobretudo no campo do audiovisual. No entanto, também é por esta mesma condição conectiva que as práticas de consumo cultural observadas evidenciam barreiras limitantes, típicas do processo de consumo, direcionadas a partir de interesse, renda e tipo de acesso à Internet. Essas barreiras limitam o potencial efetivo desse meio em estimular o consumo da diversidade cultural.

As pesquisas do Cetic.br adicionam dois fatores relevantes à discussão a respeito do consumo de bens culturais na Internet: 1) mostram as desigualdades socioeconômicas que impactam sobre possibilidades de acesso para uso das TIC nesse consumo dos produtos culturais disponibilizados *on-line*, fator que acompanha a realidade desigual da participação cultural em outros meios, também demonstrada em outras pesquisas, e igualmente presente no consumo de produtos estrangeiros; 2) abordam a origem dos produtos culturais consumidos e como os produtos estrangeiros encontram-se relacionados à utilização de plataformas internacionais *mainstream* – fator explorado pela pesquisa *Cosmopolitismos Juvenis no Brasil*.

COSMOPOLITISMOS JUVENIS NO BRASIL

A investigação *Cosmopolitismos Juvenis no Brasil* remete ao projeto de pesquisa homônimo que é parte constituinte do projeto internacional *Cultures Juveniles à l'ère de la Globalization*, desenvolvido originalmente na França e realizado também em Israel, Coreia do Sul e Canadá. Trata-se de um estudo comparativo em cidades globais com o objetivo de discutir como os jovens constroem representações de si mesmos e de suas relações com o mundo, por meio do consumo de bens culturais globais ou locais. O projeto investiga se os jovens desenvolvem uma postura estética que possibilitaria a construção de um olhar reflexivo para o Outro, entendendo esse cosmopolitismo cultural-estético a partir da análise do consumo cultural e das experiências com a cultura global através das quais constroem seus critérios de julgamento, conhecimento e imaginário do Outro.

A pesquisa no Brasil foi desenvolvida com jovens de 15 a 24 anos. Foram duas etapas de trabalho empírico, uma em 2015 – por meio de questionários (N = 500) e entrevistas individuais (N = 80) – e outra em 2016 e 2017, com duas novas ferramentas metodológicas que possibilitaram a adaptação do projeto internacional e uma compreensão maior do contexto local – o jogo de cartas *Cosmocult CardGame* e uma cartografia⁵ (N = 170) – com o objetivo de permitir aos jovens trazer seu próprio repertório cultural para a pesquisa.

⁵ O *Cosmocult CardGame* é um jogo de cartas em que os jogadores precisam resolver uma situação fantástica inspirados em produtos culturais e cartas-ícone, o que permite que tragam seu repertório cultural e pistas de como se relacionam

Esses jovens acessam diferentes dispositivos de mídia, sendo a televisão o mais consumido (mais de 90% dos respondentes). Mas quando analisamos quais são os dispositivos mais utilizados para consumo cultural, os meios digitais se destacam, principalmente computador (20%) e *smartphone* (16%).

A principal origem dos fluxos culturais midiáticos para esses jovens são os Estados Unidos, com produtos *mainstream*, como filmes, séries, músicas e videogames. Em relação à origem, os produtos estrangeiros estão presentes no cotidiano da maioria dos jovens: mais de 20% dos entrevistados consomem principalmente produtos estrangeiros, enquanto para 24% há um equilíbrio entre nacionais e estrangeiros. Quanto mais alta a classe social, mais importante se torna esse consumo intercultural, especialmente para produtos em inglês e norte-americanos (40% dos jovens das classes AB consomem principalmente produtos estrangeiros).

A preferência por produtos estrangeiros remete principalmente à qualidade da produção, significando uma reputação de baixa qualidade ao produto cultural nacional, com exceção da música (onde há muito interesse por MPB, samba, funk e forró).

O idioma também se mostra determinante para o consumo de produtos estrangeiros, pois apenas 32% preferem a versão original dos produtos de fora, enquanto 48% afirmam consumi-los traduzidos, dublados ou legendados. O desconhecimento de línguas estrangeiras diminui o interesse por produtos estrangeiros para pessoas de classes mais baixas: um jovem diz que “eu só ouço música ou assisto TV em português, porque eu não falo inglês, eu nem falo português muito bem”. Comparando essa questão com dados da pesquisa qualitativa Cultura e tecnologias no Brasil, percebe-se que igualmente há concentração de consumo de produtos culturais em língua estrangeira pelos indivíduos de classes mais altas.

Enxergar sua realidade no produto cultural também impacta as preferências de consumo, notadamente aquelas associadas à classe social observada. Nas classes mais elevadas, com maior poder de consumo e acesso, alguns jovens não se sentem especificamente brasileiros, mas cidadãos do mundo: um deles garante que “eu prefiro consumir produtos culturais americanos, como música, filmes, séries, e faço isso por diversão, mas também porque me sinto parte do mundo, compartilhando os mesmos gostos e momentos que milhões de pessoas ao redor do mundo”.

Por outro lado, muitos jovens de contextos mais periféricos, que não costumam se ver representados em programas de TV ou letras de música, passam a se sentir diferentes quando vêem suas realidades ocuparem o *mainstream*: “Eu realmente amo a música destes novos grupos das favelas, especialmente os MCs, porque as letras mostram como minha vida é, como somos [...]”. “Também é como o programa de televisão *Esquenta*”, explica outra jovem.

O *mainstream* significa uma perspectiva global: “Quando assisto a filmes e séries de TV na Netflix, tenho um conteúdo internacional de alta qualidade. Esses filmes podem ser assistidos e entendidos por todos no mundo, as histórias e as ações são divertidas e interessantes para todos. E eu acho que é por isso que eles são tão bem-sucedidos”, considera um jovem.

com ele enquanto se divertem. A cartografia aplicada consiste na montagem de mapas com referências trazidas por cada jovem, marcadas com tags coloridos, em três camadas – produtos de consumo (marcas e alimentos); locais de interesse (monumentos e locais de cultura e naturais); e personalidades (personagens políticos e históricos, cientistas, exploradores, esportistas, artistas e celebridades) – e na discussão sobre referências comuns, razão das escolhas, importância dos grupos propostos e países/regiões mais e menos citados.

De todo modo, produtos culturais internacionais funcionam como ponto de partida para um interesse maior pela cultura que os produz. Uma jovem revela: “Eu adoro ler, e realmente acredito que você conheça cada parte do mundo através de livros. Se você ler um romance francês, entenderá essa cultura e, depois, a mesma com um alemão, um chinês”. Outra garante: “Eu acho que me conecto ao mundo através de filmes. Eu assisto filmes de todos os lugares, e sinto que conheço cada cultura, cada maneira de viver através desses filmes, mesmo que sejam muito distantes, como as culturas asiáticas. Eu posso começar a imaginar como é viver naquele país, sendo daquela parte do mundo”.

Assim, a partir de um contato estético com produtos culturais estrangeiros, é possível que o jovem desenvolva uma disposição cosmopolita, que pode incluir da relativização da própria identidade à aceitação da identidade do Outro (Delanty, 2012). Segundo Bekesas, Riegel e Mader (2016), o consumo midiático de produtos culturais *mainstream* possibilita o interesse por outras culturas e o desenvolvimento de reflexividades múltiplas, o que abre caminho para a construção de uma postura cosmopolita.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das análises cruzadas referentes às pesquisas do Cetic.br e Cosmopolitismos Juvenis no Brasil, é possível perceber o papel da mídia no cotidiano dos brasileiros e sua consequente importância no processo de desenvolvimento de uma disposição cosmopolita. As indústrias cultural e midiática são globalizadas (Appadurai, 1996), e há mais possibilidade de busca e acesso a seus produtos através da mídia digital. Assim, a legitimidade cultural foi reformulada, especialmente entre os jovens, por causa das tecnologias digitais, que acentuaram conexões entre grupos e culturas, multiplicando os efeitos da mídia nos imaginários individual e coletivo, criando novas formas e conteúdos para consumo e produção de artigos culturais. Os jovens têm a possibilidade de informarem-se e consumir produtos culturais de países e gêneros diversos, sem depender do acesso físico aos locais, ou mesmo sem os códigos culturais para compreender repertórios específicos.

Os principais produtos culturais internacionais possuem plena visibilidade e acessibilidade no Brasil, porém, são principalmente os grupos de elite que possuem domínio cultural e financeiro para maior aproveitamento desses itens. A assimetria entre classes sociais, áreas geográficas, dispositivos de acesso e volume/variedade cultural consumido reforçam desigualdades presentes em todo o território nacional. Mas ainda assim é possível observar coincidências transversais entre os sujeitos das pesquisas analisadas.

O interesse por outras culturas é latente, principalmente entre os jovens. Mesmo os jovens que não consomem produtos estrangeiros reconhecem seu valor e relevância. Enquanto o idioma ou a falta de representatividade pode afastá-los de algumas manifestações internacionais, há reconhecimento da diversidade disponível *on-line* e da possibilidade de conexão com uma cultura global. É como afirma uma das entrevistadas do estudo qualitativo Cultura e tecnologias no Brasil: “A gente está inserido nesse contexto que a gente está como jovem de 17 anos, se a gente deixar de acessar essa cultura que busca assistir séries, ler livros *on-line*, eu uso praticamente todas as redes sociais, a gente não vai mais estar inserido... A gente vai estar ali só que é como se não estivesse” (NIC.br, s.d.).

Se o acesso à Internet de alta conexão e a dispositivos midiáticos que permitem sua utilização atingir um número maior de brasileiros, entendemos que a fruição da diversidade cultural tende a ser cada vez mais presente e abrangente.

REFERÊNCIAS

- Appadurai, A. (1994). Disjunção e diferença na economia global. In Featherstone, M. (Org.). *Cultura global*. Petrópolis: Vozes.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bekesas, W. R., Riegel, V., & Mader, R. V. (2016). Consumo midiático juvenil em experiências cosmopolitas: Entre o entretenimento global e as práticas locais. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 13, p. 112-130.
- Canclini, N. G. (2009). Consumo, acesso e sociabilidade. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 6(16), p. 111-127.
- Cicchelli, V., & Octobre, S. (2018). *Aesthetico-cultural cosmopolitanism and French youth*. London: Palgrave.
- Cicchelli, V., Octobre, S., & Riegel, V. (2016). After the Omnivore, the cosmopolitan amateur: Reflexions about aesthetic cosmopolitanism. *Global Studies Journal*, 9(1), p. 55-70.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017). *Cultura e tecnologias no Brasil: Um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias da informação e comunicação*. São Paulo: CGI.br.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2017*. São Paulo: CGI.br.
- Delanty, G. (2012). The idea of critical cosmopolitanism. In G. Delanty (ed.), *Routledge Handbook of Cosmopolitanism Studies*. Nova York: Routledge, p. 38-46.
- Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro – Fecomércio-RJ (2016). *Pesquisa nacional sobre hábitos culturais*. Rio de Janeiro: Fecomércio-RJ e Ipsos.
- Jacks, N., Toaldo, M., Wottrich, L., Oikawa, E., & Noll, G. (2010). Jovem e consumo midiático: Dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. *Anais do XXIII Encontro Anual da Compós*, Belém.
- JLeiva Cultura & Esporte (2018). *Cultura nas capitais*. Recuperado em 20 janeiro, 2019, de <https://www.jleiva.co/cultura-nas-capitais>
- Ministério da Cultura – Minc; Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas – Ipea (2007). O consumo cultural das famílias brasileiras. In: *Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento*. Coleção Cadernos de Políticas Culturais, v.3. Brasília: Ministério da Cultura, p. 17-56. Recuperado em 19 fevereiro, 2019, de <https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/cadvol3.pdf>
- Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br (s.d.). Estudo setorial Cultura e tecnologias no Brasil, 2016. [dados qualitativos]. Fornecido pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação em formato eletrônico. Recuperado em 12 dezembro, 2018.
- Serviço Social do Comércio – Sesc (2013). *Públicos de cultura*. Recuperado em 20 janeiro, 2019, de <http://www.sesc.com.br/portal/site/publicosdecultura/inicio/>

DIGITALIZAÇÃO DE ACERVOS: PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA ÀS MARGENS DO DIREITO AUTORAL

Juliana Novaes¹

Em setembro de 2018, o Brasil presenciou o incêndio do Museu Nacional, um dos mais importantes da América Latina, que contava com um acervo constituído por mais de 20 milhões de peças (Alessi, 2018). O episódio, além de ensejar diversos debates envolvendo a administração e a destinação de recursos públicos, também traz à tona a importância da existência de políticas para a conservação do patrimônio histórico e cultural.

Nesse contexto, a tecnologia aparece como uma importante ferramenta para preservação desses documentos, possibilitando a digitalização e a prevenção em face de acidentes e processos de degradação natural. Além disso, a digitalização permite também o acesso remoto ao conteúdo, tratando-se de uma ferramenta-chave na democratização do conhecimento, sobretudo tendo em vista que existem grandes disparidades geográficas na distribuição de museus, bibliotecas e espaços culturais como um todo (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2017).

Porém, apesar de ser instrumento importantíssimo para a preservação da memória e da cultura, a digitalização de acervos ainda encontra barreiras diversas na sua implementação, como falta de recursos e mão de obra qualificada, além de limitações de natureza jurídica, tais como as impostas pelo direito autoral. Parte significativa dos acervos de museus brasileiros contém obras protegidas por direitos autorais, o que os torna sujeitos às previsões da Lei de Direitos Autorais para reprodução digital (Lei n. 9.610, 1998).

Este artigo tem como foco a exposição da problemática envolvendo o direito de reprodução previsto na legislação autoral brasileira frente à digitalização de acervos, buscando identificar as dificuldades jurídicas impostas quando da produção e distribuição de cópias em formato digital por equipamentos culturais do país.

Como metodologia, a análise é baseada em revisão bibliográfica sobre o tema, bem como em exame dos resultados apresentados pela pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2016, realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br),

¹ Graduanda em Direito pela Universidade de São Paulo (USP). Trabalha no Centro de Referência Legal da Artigo 19. Co-organizadora do capítulo de São Paulo do Legal Hackers, co-fundadora do Grupo de Estudos em Inovação, Direito e Autoria na Faculdade de Direito da USP, coordenadora da Comissão de Projetos do Youth Observatory.

departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), ligado ao Comitê Gestor da Internet do Brasil (CGI.br).

O CENÁRIO BRASILEIRO DE DIGITALIZAÇÃO DE ACERVOS

DIGITALIZAÇÃO COMO POLÍTICA DE PRESERVAÇÃO

Existem inúmeros fatores envolvidos na deterioração de acervos impressos, que abarcam desde transformações químicas naturais até as condições de iluminação e higiene em que são mantidos (Greenhalgh, 2011).

Ainda que o equipamento cultural seja provido de recursos que permitam constantes processos de manutenção e restauração, é natural que, com o manuseio constante, haja um processo de danificação sistemática de documentos e objetos (Greenhalgh, 2011).

Dessa forma, a criação de cópias digitais exerce um importante papel na longevidade dos acervos físicos, tornando-se uma eficiente política de preservação a longo prazo. Além disso, o armazenamento em formato digital também representa a segurança em casos de acidentes, tais como incêndios e vazamentos.

DISPARIDADES REGIONAIS DE ACESSO À MEMÓRIA E À CULTURA

Há ainda outra questão envolvendo a disparidade na distribuição geográfica dos equipamentos culturais, com o eixo Sul-Sudeste sendo responsável por mais da metade dos arquivos, bibliotecas, cinemas e museus do país, de acordo com a pesquisa realizada pelo Cetic.br (CGI.br, 2017).

As regiões Sul e Sudeste, segundo os resultados, detêm 68% dos arquivos, 56% das bibliotecas, 73% dos cinemas e 67% dos museus. A digitalização, nesse contexto, aparece como ferramenta poderosa para expansão do alcance dos conteúdos disponibilizados nesses espaços, permitindo consulta remota e acesso por indivíduos localizados em regiões com baixa incidência de equipamentos culturais.

DESAFIOS ENVOLVIDOS NA DIGITALIZAÇÃO DE ACERVOS NO BRASIL

Ainda que sejam evidentes os benefícios trazidos pela digitalização e disponibilização de acervos, a prática ainda não se encontra consolidada no país.

De todos os equipamentos culturais analisados pela pesquisa TIC Cultura 2016 (CGI.br, 2017), as práticas de digitalização estão significativamente presentes apenas nos arquivos (74%), museus (58%) e pontos de cultura (63%). Enquanto isso, apenas 29% das bibliotecas, 30% dos teatros, 36% dos cinemas e 44% dos bens tombados possuem acervos digitalizados.

O número é ainda mais preocupante quando analisamos a quantidade do acervo digitalizado por cada equipamento. Mesmo dentre as instituições que já realizam a digitalização, existe uma enorme disparidade entre o total de exemplares físicos e digitais.

Dentre os 95% de bibliotecas que possuem livros, jornais e revistas, apenas 5% têm a totalidade desse acervo digitalizada. Da mesma forma, 91% dos arquivos armazenam documentos oficiais históricos ou registros arquivísticos, mas apenas 1% os tem integralmente em formato digital. O cenário se repete também com relação aos museus, cinemas, pontos de cultura e teatros, não passando de 10% a quantidade de equipamentos culturais que digitalizam completamente os acervos de qualquer tipo.

Outro critério que deixa a desejar é o de acessibilidade dos acervos digitais, tendo em vista que a digitalização não é sinônimo de disponibilização ao público. Nesse sentido, apenas 61% dos arquivos, 25% dos bens tombados, 18% das bibliotecas, 27% dos cinemas, 37% dos museus, 51% dos pontos de cultura e 15% dos teatros têm práticas que visam a possibilitar o acesso do público aos exemplares digitais.

Dessa forma, embora existam algumas iniciativas de utilização de tecnologia para preservação do patrimônio histórico e cultural, a disponibilização em rede para uso em todo o território brasileiro ainda se encontra longe de ser alcançada (Martins, Silva, & Carmo, 2018).

Muitas são as razões para a baixa incidência de acervos digitais acessíveis no país, como a falta de financiamento, a ausência de equipe qualificada, a baixa demanda, as dificuldades para preservação do material digitalizado, a incompatibilidade com a missão da instituição, a terceirização dos processos, a proibição legal e as limitações derivadas dos direitos autorais (CGI.br, 2017).

Mais especificamente com relação às barreiras impostas pelos direitos autorais, todos os tipos de equipamentos culturais estudados declararam enfrentar dificuldades legais, sendo os cinemas, as bibliotecas e os pontos de cultura os mais afetados.

DESAFIOS JURÍDICOS

CONCEITOS INTRODUTÓRIOS DE DIREITO AUTORAL

Quando se fala em equipamentos culturais e, principalmente, em processos de digitalização, o campo jurídico mais incidente é o do direito de propriedade intelectual, que se divide em duas grandes vertentes: o direito autoral, que engloba a proteção às obras autorais; e o direito de propriedade industrial, que regula as criações de natureza utilitária.

Nesse contexto, o direito autoral assume a função de normatização das relações jurídicas envolvendo o uso de criações artísticas e autorais elencadas no Artigo 7º da Lei n. 9.610/98 (Bezerra, 2013; Lei n. 9.610, 1998, Art. 7º).

No Brasil, o sistema adotado para a proteção jurídica de obras autorais é o chamado sistema continental, em que há uma divisão dos direitos de autor entre aqueles de natureza moral e patrimonial (Zanini, 2011).

Nesse sentido, os direitos morais dizem respeito à relação do autor com a sua obra, passando pela ideia de que o criador deve ser reconhecido por seu trabalho (Valente & Freitas, 2017). São, portanto, direitos considerados de cunho personalíssimo, que se encontram elencados no Artigo 24 da Lei de Direitos Autorais (Lei n. 9.610, 1998, Art. 24).

Em suma, a proteção moral passa pela ideia de que a obra autoral é uma extensão da personalidade de seu criador (Carboni, 2010) e deve, conseqüentemente, ter sua autoria atribuída e a integridade de sua obra preservada.

Por outro lado, os direitos patrimoniais estão associados ao aproveitamento econômico decorrente da criação e são identificados em uma lista exemplificativa dada pelo Artigo 29 da mesma legislação (Lei n. 9.610, 1998, Art. 29), que inclui, dentre outras previsões, a necessidade de autorização para reprodução, adaptação e distribuição das obras.

O fundamento que embasa a tutela dos direitos patrimoniais do autor é a garantia da exploração comercial como forma de fomento à criação, tendo em vista que não seria vantajoso nem sustentável para os autores continuarem produzindo sem incentivo econômico (Stiglitz, 2008).

Têm-se, portanto, dois sujeitos de direito tutelados pela lei, ainda que, na prática, possam coincidir na mesma figura: o autor, que dispõe de direitos morais, tais como o reconhecimento de sua autoria e a manutenção da integridade da obra; e o titular, que detém direitos patrimoniais sobre a obra, como a distribuição e a reprodução da criação intelectual.

No que toca os processos de digitalização de acervos, o principal entrave jurídico aparece na esfera patrimonial dos direitos autorais, tendo em vista que muitas das atividades envolvidas na preservação digital, tais como a produção de cópias, distribuição entre instituições e conversão de formatos envolvem o exercício de direitos patrimoniais (Besek et al., 2008).

AS LIMITAÇÕES À DIGITALIZAÇÃO PELO DIREITO AUTORAL BRASILEIRO

Como já explanado, os direitos de cunho patrimonial aparecem como meios de assegurar que haja possibilidade de exploração econômica da obra. Essa garantia, por sua vez, é feita por meio da limitação do uso por terceiros. A circulação da obra passa a ser determinada pelo titular, viabilizando sua remuneração quando da utilização por outras pessoas.

Nesse sentido, a lei estabelece a necessidade de autorização prévia e expressa para reprodução, edição, adaptação, distribuição, armazenamento em computador, inclusão em banco de dados e quaisquer outras modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas.

No entanto, não existem direitos absolutos e os bens protegidos pela propriedade intelectual devem ser regulados tendo em vista a égide do interesse público, que se traduz em demandas por acesso à cultura, informação e liberdade de expressão (Valente & Freitas, 2017).

Nesse contexto, a própria legislação coloca limites aos direitos patrimoniais do autor e às restrições à utilização da obra. Existem, conseqüentemente, casos em que é possível usar obra alheia sem necessidade de autorização. Entre essas possibilidades, estão as obras em domínio público que, em geral, por razões temporais, circulam sem restrições². De forma similar, são estabelecidas exceções presentes no Artigo 46 da lei, que nada mais são do que situações específicas em que pode haver uso da obra sem consentimento expresso (Lei n. 9.610, 1998, Art. 46).

² Existem outras razões para que as obras estejam em domínio público, além do fim do prazo de proteção, podendo ser por ausência de sucessores após a morte do autor ou autoria desconhecida, conforme art. 45 da Lei n. 9.610, 1998.

As exceções previstas na lei, contudo, não abarcam a reprodução de obras para fins de digitalização de acervos, tornando essa prática formalmente ilegal quando da inexistência de autorização.

No contexto dos equipamentos culturais, muitas das obras ali armazenadas são protegidas, não se encontrando ainda em domínio público, nem se encaixando no rol de exceções previsto na legislação. Nesses casos, é necessário consentimento expresso para que seja possível sua utilização.

Ainda que a produção de cópias digitais e a disponibilização das mesmas sejam práticas necessárias para fins de preservação e de democratização do acesso à memória e à cultura, elas não estão expressamente permitidas na lei, ficando sujeitas à anuência do titular.

Assim sendo, é necessário dispor de recursos para identificar e contatar os titulares, além de desembolsar verbas para celebrar contratos que autorizem usos específicos para a obra, os quais muitas vezes só ocorrem a título oneroso.

Em outras palavras, além dos já elevados custos que derivam do próprio processo de digitalização, existem ainda gastos imprevisíveis com autorizações para reproduzir e permitir a utilização de obras presentes no acervo.

Ademais, existem casos em que o titular é desconhecido ou há dissenso entre os herdeiros do autor sobre a destinação dada à criação autoral, dificultando ainda mais obtenção do consentimento necessário (Rocha, 2018).

O caráter restritivo da atual legislação sobre direitos autorais, desse modo, torna burocrático e custoso o processo de digitalização pelos equipamentos culturais do país, o que justifica sua incidência entre os desafios apontados pelas instituições na pesquisa TIC Cultura 2016 (CGI.br, 2017).

AS PROPOSTAS DE ALTERAÇÃO DA ATUAL LEI DE DIREITOS AUTORAIS

A atual lei que trata dos direitos do autor no Brasil é datada de 1998, o que implica duas décadas de desenvolvimento tecnológico não contempladas em seus institutos.

As tecnologias de informação e comunicação possibilitam a reprodução fiel, a baixo custo e de maneira rápida de obras protegidas por direitos autorais (Branco, 2007), alterando a forma como criações são distribuídas e gerando uma tensão entre a necessidade de preservação frente à proteção dos direitos autorais (Besek et al., 2008).

Diante da restritividade legal, a atual Lei de Direitos Autorais foi objeto de inúmeros debates promovidos no final dos anos 2000 pelo governo brasileiro por meio de seminários e conferências (Wachowicz, 2015).

Em face desse cenário de mobilização, foi submetida uma proposta de alteração da lei para consulta pública pela Internet no ano de 2010 (Centro de Tecnologia e Sociedade, 2011). A primeira proposta continha dispositivos que previam, entre outras coisas, a ampliação do rol de possibilidades de uso de obra alheia sem autorização.

Dentre as alterações presentes no texto formulado durante a primeira etapa do processo de revisão, estava a permissão para a reprodução por bibliotecas, arquivos, centros de

documentação, museus, cinematecas e instituições museológicas para fins de conservação, preservação e arquivamento (Ministério da Cultura [Minc], 2010)³. Além disso, o texto também autorizava a colocação das obras à disposição do público por instituições de cultura e memória para fins de pesquisa.

Com a mudança de governo, o texto retornou ao Ministério da Cultura para reanálise, voltando posteriormente para consulta pública, dessa vez sem utilização da Internet, em 2011 (Liguori Filho, 2016). A segunda versão consolidada contou com uma quantidade significativamente menor de contribuições, resultando numa versão mais restritiva em relação à anterior, na qual se limitou consideravelmente o leque de possibilidades em que seria permitida a utilização de obras sem autorização (Centro de Tecnologia e Sociedade, 2011).

Após o processo de análise pelo próprio Ministério da Cultura e pelo Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual⁴, o documento foi encaminhado à Casa Civil para posterior submissão ao Congresso (Wachowicz, 2015).

Ocorre que, com as turbulentas mudanças de governo e os incessantes conflitos de interesse envolvidos na reforma da lei, o envio da proposta ao Congresso foi prejudicada, encontrando-se pendente até a data de elaboração deste artigo (Valente & Mizukami, 2014).

Percebe-se, assim, que o atual cenário brasileiro é de enorme descompasso legal em relação às necessidades de preservação e disseminação de acervos históricos e culturais, sem que haja qualquer previsão de retomada da iniciativa do Executivo pela reforma.

CONCLUSÃO

Ao considerar as dificuldades oriundas da preservação e conservação de acervos por parte de equipamentos culturais no país, a digitalização apresenta-se enquanto importante ferramenta. O formato digital possibilita não apenas o armazenamento sem que haja degradação dos materiais, mas também a existência de um importante mecanismo de proteção dos exemplares contra acidentes.

Outrossim, a pesquisa TIC Cultura aponta para a existência de uma significativa desigualdade geográfica na distribuição dos equipamentos culturais no país, havendo concentração de instituições dessa natureza nas regiões Sul e Sudeste (CGI.br, 2017). Diante disso,

³ A primeira versão do anteprojeto foi redigida com o seguinte texto:

Artigo 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais a utilização de obras protegidas, dispensando-se, inclusive, a prévia e expressa autorização do titular e a necessidade de remuneração por parte de quem as utiliza, nos seguintes casos:

XIII – a reprodução necessária à conservação, preservação e arquivamento de qualquer obra, sem finalidade comercial, desde que realizada por bibliotecas, arquivos, centros de documentação, museus, cinematecas e demais instituições museológicas, na medida justificada para atender aos seus fins;

XVI – a comunicação e a colocação à disposição do público de obras intelectuais protegidas que integrem as coleções ou acervos de bibliotecas, arquivos, centros de documentação, museus, cinematecas e demais instituições museológicas, para fins de pesquisa, investigação ou estudo, por qualquer meio ou processo, no interior de suas instalações ou por meio de suas redes fechadas de informática.

⁴ Mais informações acerca do Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual no *website* do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <http://www.mdic.gov.br/index.php/inovacao/inovacao-global-e-propriedade-intelectual/propriedade-intelectual/gipi-grupo-interministerial-de-propriedade-intelectual>

a disponibilização dos acervos em formato digital oferece, para além da durabilidade, oportunidades ligadas à expansão do acesso para regiões com menor incidência desses equipamentos.

Porém, ainda que a prática de digitalização seja de enorme relevância para a democratização do acesso à memória e à cultura no país, as instituições encontram uma série de dificuldades para implementá-la.

Entre as barreiras apontadas estão aquelas relacionadas aos direitos autorais, uma vez que o uso de obras para conversão em formato digital e acesso ao público deve ocorrer por autorização expressa do titular dos direitos. Essa restrição, por sua vez, torna o processo extremamente custoso e, em muitos casos, impossível.

Em face da inadequação da lei frente ao novo cenário de disseminação de novas tecnologias, houve uma iniciativa de reforma por parte do Poder Executivo, descontinuada em decorrência de controvérsias políticas.

Ocorre que a imposição de restrições aos processos de digitalização em equipamentos culturais significa também uma limitação aos mecanismos de preservação dos acervos, bem como às possibilidades de expansão e democratização de seu acesso.

Nesse contexto, uma futura reforma na lei de direitos autorais deve se atentar ao presente cenário restritivo, buscando balancear a proteção ao autor e aos titulares sem impor barreiras excessivas ao acesso à memória e à cultura no país.

REFERÊNCIAS

- Alessi, G. (2018). A ciência perdida no incêndio do Museu Nacional. *El País*. Recuperado em 28 outubro, 2018, de https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/05/politica/1536160858_009887.html
- Besek, J. M., Coates, J., Fitzgerald, B., Mossink, W., LeFurgy, W. G., Muir, A., & Weston, C. D. (2008). Digital preservation and copyright: An international study. *International Journal of Digital Curation*, 3(2). Recuperado em 15 janeiro, 2019, de <http://www.ijdc.net/issue/view/5>
- Bezerra, A. C. (2013). Direitos autorais e cultura da cópia na era digital. *Logos* 39, 20(2), (Ética e autoria), 6-18.
- Branco, S. (2007). *Direitos autorais na Internet e o uso de obras alheias*. Rio de Janeiro: Lumen Juris. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2832/Sergio%20Branco%20-%20Direitos%20Autorais%20na%20Internet.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carboni, G. (2010). *Direito Autoral e autoria colaborativa na economia da informação em rede*. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/40124>
- Centro de Tecnologia e Sociedade (2011). *Direitos autorais em reforma*. Rio de Janeiro: FGV Direito Rio. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/8789/CTS-DireitosAutoraisemReforma.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros: TIC Cultura 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Greenhalgh, R. D. (2011). Digitalização de obras raras: Algumas considerações. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 16(3), 159-167.

Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 (1998). Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Recuperado em 05 fevereiro, 2019, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm

Liguori Filho, C. A. (2016). *Tente outra vez: O anteprojeto de reforma da lei de direitos autorais, sua compatibilidade na sociedade da informação e a espera pela reforma que nunca chega*. Dissertação de mestrado, Fundação Getulio Vargas, São Paulo. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/17603>

Martins, D. L., Silva, M. F., & Carmo, D. (2018). Acervos em rede: Perspectivas para as instituições culturais em tempos de cultura digital. *Em Questão*, 24(1). Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/72951/44342>

Ministério da Cultura (2010). *Consulta pública para modernização da lei de direito autoral*. Recuperado em 15 janeiro, 2019, de <http://www2.cultura.gov.br/consultadireitoautoral/consulta/>

Rocha, C. (2018). *Quais os entraves na digitalização de acervos no Brasil*. Nexo Jornal. Recuperado em 11 fevereiro, 2019, de <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/02/23/Quais-os-entraves-na-digitaliza%C3%A7%C3%A3o-de-acervos-no-Brasil>

Stiglitz, J. E. (2008). Economic foundations of intellectual property rights. *Duke Law Journal*, 57(63). Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <https://scholarship.law.duke.edu/dlj/vol57/iss6/3>

Valente, M. G., & Freitas, B. C. (2017). *Manual de direitos autorais para museus, arquivos e bibliotecas*. Rio de Janeiro: FGV.

Valente, M., & Mizukami, P. N. (2014). *Copyright Week: O que aconteceu com a reforma do direito autoral no Brasil?* Recuperado em 15 janeiro, 2019, de <https://br.creativecommons.org/copyright-week-pt/>

Zanini, L. E. (2011). A proteção internacional do direito do autor e o embate entre copyright e droit d'auteur. *Rev. SJRJ*, 18(30), 115-130.

Wachowicz, M. (2015). A revisão da lei autoral. Principais alterações: Debates e motivações. *PIDCC*, 4(8). Recuperado em 15 janeiro, 2019, de <http://pidcc.com.br/artigos/082015/21082015.pdf>

PROJETO TAINACAN: EXPERIMENTOS, APRENDIZADOS E DESCOBERTAS DA CULTURA DIGITAL NO UNIVERSO DOS ACERVOS DAS INSTITUIÇÕES MEMORIAIS

Dalton Lopes Martins¹, José Murilo Costa Carvalho Júnior² e Leonardo Germani³

Quando, em 2009, o Ministério da Cultura (Minc), por intermédio de sua então recém-criada área especializada em cultura digital, provocou o debate sobre a questão da digitalização de acervos no campo da cultura, concluiu-se a necessidade de uma política nacional para o setor. A discussão aconteceu no eixo Memória Digital, do Fórum da Cultura Digital Brasileira (Lourengo, 2009), e foi aprofundada com a realização do Simpósio Internacional de Políticas Públicas para Acervos Digitais⁴ no ano seguinte.

A reflexão sobre acervos públicos e privados não é nova no Brasil, onde há uma enorme diversidade de instituições que lidam com coleções materiais e imateriais. No contexto do país, existem boas razões que justificam a organização de políticas públicas específicas voltadas para os acervos digitais e, eventualmente, para o próprio desenvolvimento de uma institucionalidade com essa missão. Por um lado, a digitalização permite a integração ampla e efetiva de diferentes instituições e acervos e a preservação do patrimônio cultural, o que amplia exponencialmente as condições de acesso à informação e à cultura. Por outro lado, o processo de digitalização em si apresenta desafios não triviais para que essa integração ocorra de fato

¹ Professor no curso de Biblioteconomia da Faculdade de Ciência da Informação (FCI) e no Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação (PPGCinf) da Universidade de Brasília (UnB). Possui graduação em Engenharia Elétrica e mestrado em Engenharia da Computação pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). É doutor em Ciências da Informação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Coordena o projeto de pesquisa Tainacan – *software* livre para a construção social de repositórios digitais –, uma parceria com o Ministério da Cultura (Minc) e o Instituto Brasileiro de Museus (Ibram).

² Especialista em projetos de Internet no governo, atuou em sítios institucionais no Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado, no Ministério da Ciência e Tecnologia (Informação e Difusão Científica), no Ministério da Cultura (Informações Estratégicas e Cultura Digital) e no Ibram (Arquitetura da Informação Museal). Coordenou os projetos CTJovem e CulturaDigital.Br e foi editor de lusofonia do Global Voices Online, do Berkman Center da Universidade de Harvard. Promove a reflexão do ambiente digital como ecossistema na rede Ecologia Digital.

³ Pesquisador, jornalista e desenvolvedor de *software*, é mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Puc-SP) e coordena a equipe de desenvolvimento do Laboratório de Políticas Públicas Participativas da Universidade Federal de Goiás (UFG).

⁴ Mais informações no *website* Cultura Digital. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <http://culturadigital.br/simposioacervosdigitais/>

e de maneira sustentável. Questões como os padrões técnicos de digitalização, a hospedagem dos dados, a preservação digital, os modelos de indexação, catalogação e classificação, o padrão de metadados, a descrição semântica dos dados, entre tantas outras, exigem um modelo de governança complexo e que contemple a diversidade de atores institucionais e suas realidades informacionais.

Em 2014, entra em cena a parceria com o Laboratório de Políticas Públicas Participativas (L3P)⁵, da Universidade Federal de Goiás (UFG) – atualmente em processo de migração para a Universidade de Brasília (UnB) –, que aportou sua *expertise* na reflexão sobre a solução tecnológica adequada ao cenário. Era necessária uma solução tecnológica livre (*open source*), de fácil utilização e capaz de desmistificar o exercício da interoperabilidade entre os modelos de dados dos diferentes domínios de acervos culturais (museus, bibliotecas, cinematecas, arquivos). Essa solução foi desenvolvida com o nome de Tainacan.

Ao longo dos anos de 2017 e 2018, o projeto Tainacan ganhou a adesão de importantes instituições culturais e passou a ser implementado na Fundação Nacional de Artes (Funarte), Instituto Brasileiro de Informação Científica e Tecnológica (IBICT), Museu do Índio – este, ligado à Fundação Nacional do Índio (Funai) –, Museu Histórico Nacional, Museu Nacional do Complexo da República, Memorial dos Povos Indígenas e Museu de Arte de Brasília. As universidades de Brasília (UnB), Federal do Piauí (UFPI), Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Federal de Santa Catarina (UFSC) e Universidade de São Paulo (USP), entre várias outras organizações, públicas e privadas, passaram a aderir ao projeto, utilizando-o para organização de acervos e também para fins didáticos na formação de museólogos e outros profissionais.

Tem-se por objetivo, neste artigo, apresentar à comunidade de pesquisadores e interessados nas questões culturais relacionadas à Internet as contribuições, resultados, formulações teóricas e experimentos realizados pelo projeto.

ANÁLISE

Dos 22 trabalhos inspirados pelo projeto, cinco foram produzidos para apresentação em eventos científicos e outros 17 publicados em revistas científicas, majoritariamente, da área da Ciência da Informação, conforme se pode observar nas referências bibliográficas deste artigo. Para facilitar a contextualização, os trabalhos foram agrupados em sete categorias analíticas, como mostra a Tabela 1.

⁵ Mais informações no *website* do laboratório. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <https://l3p.fic.ufg.br/>

TABELA 1
PRODUÇÃO CIENTÍFICA REALIZADA A PARTIR DO
PROJETO TAINACAN

Categoria	Quantidade de trabalhos
Concepções teóricas	2
Mídias sociais	3
Políticas de informação	3
Sistemas de informação	3
Websemântica e ontologia	4
Novos indicadores	3
Estudos de caso	4
TOTAL	22

A primeira categoria é a das denominadas concepções teóricas, reunindo trabalhos dedicados a discutir conceitos e teorias de sustentação das premissas do projeto, sobretudo, aquelas voltadas para a memória, práticas sociais e cultura digital. Em “Memória como prática na cultura digital” (Martins & Carvalho Júnior, 2017), é discutida a mudança que o conceito de memória sofre quando da transição do papel para o digital, com as instituições memoriais deixando de ser o centro do arquivamento da informação, que, até então, era produzida para atender as demandas políticas e sociais de uma visão de Estado. As inflexões do digital socializam o suporte tecnológico de produção e arquivamento da informação, ampliando o horizonte do significado do termo “publicar” e exigindo que as instituições memoriais, as quais se tornam cada vez mais importantes no contexto histórico da explosão informacional, como agentes de curadoria do caos, produzam outras práticas sociais de curadoria e relacionamento social com seus usuários. No trabalho “As práticas da cultura digital” (Martins, 2018), o objetivo é conceituar a visão de cultura digital, entendendo-a menos como um conceito pré-definido e mais a partir de uma lógica de observação das práticas sociais que se realizam e podem ser compreendidas como uma forma de cultura.

Já os estudos voltados para as mídias sociais compõem a segunda categoria e trazem como preocupação compreender como essas plataformas estão sendo utilizadas pelas instituições de memória e de que maneira essas novas práticas de uso podem ser incorporadas em novas dinâmicas de produção e gestão de repositórios digitais de cultura. No trabalho “Mídias sociais em tempos de bibliotecas 2.0: um estudo em bibliotecas das instituições federais de ensino brasileiras trazendo perspectivas futuras para a preservação digital” (Rezende, Martins, & Silva, 2016), os resultados demonstram que a maioria das universidades públicas utilizam ferramentas da Web 2.0 com enfoque social, majoritariamente, voltado para a divulgação de informações institucionais (65% do que é postado), sendo que a maior parte adota o Facebook (43%) e o Twitter (29%).

No trabalho “A presença dos museus brasileiros nas mídias sociais: o caso do Facebook” (Martins, Carmo, & Santos, 2017), os autores analisam o conteúdo postado por 210 museus que

autodeclararam no Cadastro Nacional de Museus⁶, do Ibram, páginas do Facebook como sendo seu *site* oficial. O artigo coletou 157.255 postagens dos museus, publicadas entre o início de 2008 e julho de 2017, formando uma das maiores séries históricas de conteúdo em mídias sociais para pesquisa dos museus brasileiros. Os autores identificam que em torno de 67% do conteúdo publicado são de imagens, seguido de 21% de *links* e 5% de vídeos. Os conteúdos com maior repercussão e engajamento dos usuários são convites para eventos, responsáveis por 76% das reações e 78% dos comentários produzidos. Por fim, o trabalho “Iniciativas científicas de arquivamento e preservação de conteúdos em mídias sociais: panorama atual” (Rezende & Martins, 2018) se preocupa em identificar como conteúdos de mídias sociais têm sido preservados.

A categoria políticas de informação visa discutir e analisar como serviços de informação internacionais têm resolvido o problema da gestão e integração dos acervos digitais de cultura, além de compreender os impactos desses serviços e novas técnicas de pesquisa no novo campo das humanidades digitais. No artigo “O estado da arte em pesquisas sobre humanidades digitais no Brasil” (Oliveira & Martins, 2017), os autores mapeiam a produção científica brasileira sobre o tema das humanidades digitais em diversas bases de dados. São identificados 47 iniciativas de pesquisa, como artigos, capítulos de livro, teses e dissertações, grupos de pesquisa, entre outros. O estudo conclui que o tema ainda é emergente no Brasil, não havendo uma comunidade de pesquisa consistente e trabalhos que procuram avançar o conceito em casos aplicados e experimentais em projetos brasileiros.

No trabalho “Acervos em rede: perspectivas para as instituições culturais em tempos de cultura digital” (Martins, Silva, & Carmo, 2018), procura-se identificar ações brasileiras e internacionais de agregação de acervos em rede, ampliando a capacidade de serviço de sistemas de busca integrada em repositórios digitais de cultura. O objetivo do trabalho foi mapear referências que poderiam inspirar e servir de parâmetro técnico e conceitual para a pesquisa do projeto Tainacan. O artigo discute as motivações de um serviço desse tipo à luz das metas do Plano Nacional de Cultura e da realidade brasileira identificada, na qual ainda não se tem notícia de um projeto de vulto envolvendo a integração de várias instituições brasileiras na oferta e disponibilização *on-line* de seus acervos digitais.

Por fim, no trabalho intitulado “Laboratório de políticas públicas participativas: tecnologias livres para a gestão de informações culturais” (Martins, 2017) são apresentadas as características do laboratório que gere e desenvolve o projeto e a pesquisa em torno do Tainacan, bem como as necessidades conceituais e empíricas sobre os acervos digitais de cultura. O autor discute a motivação e a importância da adoção de *software* livres para a gestão cultural, considerando o cenário institucional brasileiro e o desejo de incentivar a criatividade nacional na gestão de sua cultura, que é diversa e complexa.

Na categoria sistemas de informação, a análise dos sistemas voltados para bibliotecas e repositórios digitais teve um papel fundamental no início do projeto. Nessa análise, procurou-se identificar *software* livres utilizados no campo, comparando suas funcionalidades e avaliando de que maneira eles poderiam ser aproveitados e adaptados para a realidade da cena institucional cultural brasileira. Os critérios foram compilados e sintetizados num instrumento

⁶ Mais informações no *website* do Ibram. Recuperado em 14 janeiro, 2019 de <http://www.museus.gov.br/sistemas/cadastro-nacional-de-museus/>

de pesquisa único, a partir de diversas referências internacionais no trabalho intitulado “Critérios de avaliação para sistemas de bibliotecas digitais: uma proposta a partir de novas dimensões analíticas” (Martins & Silva, 2017), no qual, valendo-se de conceitos extraídos da teoria da arquitetura da informação e mais uma pesquisa de bibliografia em produção científica internacional sobre o tema, os autores chegaram a um total de 182 funcionalidades que um *software* deveria ter. Visando aplicar os critérios identificados no estudo de *software* livres da área, produziu-se o segundo trabalho dessa categoria, intitulado “Comparação entre sistemas para criação de acervos digitais: análise dos *software* livres Dspace, Eprints, Fedora, Greenstone e Islandora a partir de novas dimensões analíticas” (Martins, Silva, & Siqueira, 2018), no qual foram analisadas as principais aplicações recomendadas e mencionadas por pesquisadores da área de repositórios digitais. Os resultados da pesquisa apontam que, das 182 funcionalidades, o Dspace se mostrou o mais completo, atendendo a 103 delas. No entanto, quando se analisou o critério de colaboração e interação social, descobriu-se que, das 36 funcionalidades sugeridas, o maior resultado foi de cinco funcionalidades no Dspace. Esse resultado merece destaque, pois ele produziu forte impacto no grupo de pesquisa, levando ao questionamento da adoção de um *software* que exigiria alta customização em funcionalidades centrais para o projeto, considerando que a colaboração em rede e os processos participativos eram demandas de partida da pesquisa. Por fim, já na fase de experimentações e aplicações do sistema, o trabalho “Proposta de plano de classificação facetado para as universidades federais” (Brandão & Silva, 2018) apresentou a implementação de um plano de classificação facetado para documentos arquivísticos de uma universidade federal, com base nas funcionalidades do Tainacan.

Os dois primeiros estudos realizados no tema web semântica tiveram por objetivo compreender as possibilidades de colaboração que um editor de ontologias poderia fornecer para facilitar o trabalho coletivo de modelagem conceitual da informação, utilizando os modelos 3C (comunicação, cooperação, coordenação) e 4C (comunicação, coordenação, colaboração, cooperação). O trabalho “Avaliação de modelos para colaboração em *software* editores de ontologia” (Santana, Silva, Martins, & Siqueira, 2018) utilizou o 3C para comparar os modelos de colaboração de seis *software* utilizados para edição de ontologias – MusicBrainz, OntoWiki, Semantic MediaWiki, Tainacan, WebProtégé e Wikidata – para verificar se eles atenderiam a cinco questões, formuladas pelos autores, e também às particularidades da Web 2.0, que se beneficia da inteligência coletiva e colabora para conexão entre as pessoas. As questões respondidas no primeiro artigo foram: Há página de discussão ou espaço para comentários?; Há *ranking* de colaboração?; Permite o compartilhamento nas redes sociais?; Há aprovação por moderação?; e, por último: Há aprovação democrática?.

O trabalho “Análise dos modelos colaborativos de *software* para edição de ontologias por meio do modelo 4C de colaboração” (Martins, Silva, Siqueira, & Santana, 2018) chegou a um total de 97 funcionalidades distribuídas em comunicação (10), colaboração e cooperação (73) e coordenação (14), sendo que o resultado da comparação apresentou o Tainacan como o *software* que contempla o maior número de itens avaliados⁷, atingindo 41,2%. Além disso,

⁷ À época da pesquisa, foi utilizado um protótipo do Tainacan com adaptações para a edição colaborativa de ontologias. Tais funcionalidades não foram incorporadas na versão atual da plataforma.

pode-se perceber que os segundo e terceiro colocados, Wikidata e WebProtégé (24,7% e 19,6%), possuem uma diferença considerável em relação ao primeiro.

Já no artigo “Websemântica e extração de dados na composição de modelo estrutural para dados de resultados de produção científica” (Santarém Segundo & Martins, 2018), trabalhou-se um experimento para extrair dados descritos automaticamente de um repositório digital de produção científica e transformar essas informações em um padrão semântico utilizando o modelo de dados RDF, a partir do padrão de metadados Dublin Core.

Por fim, “Princípios de FAIR e melhores práticas do *Linked Data* na publicação de dados de pesquisa” (Silva, Santarém Segundo & Silva, 2018) teve como objetivo identificar a possibilidade de publicar dados de pesquisa seguindo os princípios de FAIR (sigla em inglês para *findable, accessible, interoperable, re-usable*), a partir da adoção das tecnologias da web semântica, por meio do *Linked Data*⁸ como solução efetiva de sua implementação no ambiente Web. Para tanto, o estudo descreveu sobre os dados de pesquisa em seu contexto tipológico e, em seguida, sobre os princípios de FAIR e sobre o *Linked Data*. O *Linked Data* foi detalhado no conjunto de melhores práticas para publicação de dados na Web e seus benefícios. Em um segundo momento, os autores analisaram as orientações dos princípios de FAIR e buscaram, nas melhores práticas do *Linked Data*, as diretrizes e tecnologias apropriadas para publicação de dados de pesquisa na Web, de forma a atender os princípios de FAIR.

A pesquisa sobre novos indicadores tem se preocupado em mapear novas maneiras, sobretudo no universo do digital e das mídias sociais, de identificar a circulação dos objetos digitais, de que forma são utilizados, como são apropriados, referenciados e reutilizados pelos usuários. O artigo “Altméria: complexidades, desafios e novas formas de mensuração e compreensão da comunicação científica na Web social” (Maricato & Martins, 2017) é um trabalho teórico visando conceituar o que se entende pelo movimento da altmetria (métricas alternativas) para medição de impacto de produção científica na Internet e como isso poderia ser utilizado para se mensurar a circulação digital de objetos culturais em rede.

Por sua vez, no estudo “Apropriação social de redes de relacionamento: a webometria como ferramenta da percepção da produção de referenciais internas (*outlinks*) e externas (*backlinks*)” (Silva & Martins, 2018), os autores trabalham com a metodologia de análise de redes sociais para mostrar como objetos digitais de uma rede social são referenciados e utilizados por outros sistemas de informação, como objetos educacionais, citações em pesquisas científicas, referências para textos de jornais, *sites* institucionais, entre outros. O trabalho se vale dos dados da Rede Humaniza SUS⁹ e mapeia um total de 4.609 *outlinks* e 1.203.191 *backlinks* de uma série histórica de dez anos de dados webométricos da rede. Também identifica a importância das mídias sociais e dos *sites* institucionais das unidades de gestão da saúde como instâncias de circulação e apropriação da informação.

Por fim, “Acervos hiperconectados: reflexões sobre a construção de parâmetros de maturidade tecnológica em museus” (Martins, Martins, & Carmo, 2018) apresenta uma proposta analítica de como identificar a maturidade tecnológica de museus. Estruturada em sete dimensões

⁸ O termo *Linked Data* (Dados Ligados) refere-se à utilização de um conjunto de tecnologias e melhores práticas que possibilite a publicação e interligação de dados estruturados na Web.

⁹ Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <http://redehumanizausus.net/>

analíticas – caracterização da instituição, recursos humanos, governança, infraestrutura de tecnologia da informação (TI), mídia e comunicação, gestão institucional e gestão da informação –, a pesquisa amplia o conceito de tecnologia para uma instituição museal, demonstrando que há vários elementos, além dos técnicos, que devem confluir para que uma boa gestão e operacionalização dos recursos possam ocorrer. O estudo investiga os 30 museus federais ligados ao Ibram, apresentando e discutindo os resultados para cada museu.

Por último, o mapeamento de estudos de caso tem por objetivo detalhar como os projetos de implantação e uso do Tainacan têm sido realizados, bem como as lições aprendidas, os problemas identificados e as soluções propostas a partir de sua aplicação. O primeiro estudo de caso é “Repositório digital com o *software* livre Tainacan: revisão da ferramenta e exemplo de implantação na área cultural com a revista *Filme Cultura*” (Martins, Silva, Santarém Segundo, & Siqueira, 2017), no qual é apresentado o processo de implantação do repositório *Filme Cultura*, revista ligada a área de cinema e produzida pela Secretaria de Audiovisual do Ministério da Cultura.

O segundo estudo de caso apresenta um relato sobre o projeto Afro-Digital, resultado do edital de estímulo à formação de cultura afro, promovido pelo Ministério da Cultura no ano de 2013. “Museus brasileiros e a hiperconectividade: a experiência com a plataforma Tainacan no acesso ao patrimônio Afro-Digital” (Maia, 2018) apresenta a primeira versão experimental do Tainacan que foi ao ar, descrevendo como as coleções foram montadas pelos participantes do edital e as primeiras funcionalidades de configuração do sistema, tais como os metadados, os filtros e as possibilidades de colaboração em rede.

O terceiro estudo de caso relata o importante trabalho de migração dos dados do acervo museológico do Museu do Índio da plataforma PHL para o Tainacan. Intitulado “Museu do Índio: estudo de caso do processo de migração e abertura dos dados ligados semânticos do acervo museológico com o *software* livre Tainacan” (Martins, Carmo, & Germani, 2018), o trabalho apresenta os sete passos metodológicos para o desenvolvimento da migração, considerando desde a análise das estruturas de organização da informação do museu, coleta de dados, tratamento e normalização, enriquecimento semântico, até a abertura dos dados ao público. O artigo tem importante viés metodológico e procura descrever as etapas ressaltando os *software* utilizados em cada uma delas, bem como o tratamento técnico dado e as operações realizadas nos dados para que os mesmos pudessem ganhar maior consistência sintática e semântica.

Por fim, o estudo “A preservação das coleções universitárias: o registro dos acervos em plataformas digitais como fonte de informação” (Gomes & Freitas, 2018) apresenta como os professores e técnicos de Museologia da UFRGS utilizaram o Tainacan para criar a ferramenta de repositório das exposições curriculares realizadas pelo curso nos seus dez anos de existência.

CONCLUSÃO

A pesquisa em torno do projeto Tainacan se mostra diversa e multifacetada, apresentando nuances técnicas e conceituais de áreas ligadas, como ciência da informação, ciência da computação, sociologia e cultura. Os estudos entendem e procuram demonstrar, em seu amplo leque de investigação, como diversas questões precisam ser tratadas de forma paralela

e simultânea quando se trata de refletir sobre as possibilidades e potencialidades de uma eventual política pública para os acervos digitais em rede.

Preocupações sobre os sistemas de informação de publicação de dados, sobre os modelos conceituais e semânticos de representação da informação em uma visão ampla de cultura digital, sobre governança em rede e sobre preservação de conteúdos publicados em mídias sociais, ampliam a questão e a complexificam. As instituições de memória e seus objetos digitais se tornam não apenas conteúdos informacionais que precisam ser representados e tratados, mas se mostram como instrumentos potenciais para o desenvolvimento social e para a ampliação de um uso da rede que aposta na inteligência coletiva, na apropriação e no reuso social desses objetos como elementos de estímulo ao próprio florescer da cultura, no alcance a seus valores simbólicos.

O digital, sem dúvida alguma, se mostra um caminho irreversível na reafirmação da importância das estratégias de preservação e socialização dos valores culturais para o desenvolvimento social. Também fica claro que a agregação dos acervos culturais em serviços de busca integrados valorizam as coleções, simplificam a vida dos usuários e geram novas possibilidades de pesquisa e inovação digitais que podem ser exploradas de diferentes maneiras. Bases de dados expressivas sobre conteúdos culturais podem impactar serviços no setor de turismo, apoiar no desenvolvimento de inovações nas áreas de inteligência artificial e de aprendizagem de máquina (com a identificação de padrões, indexação automática, entre outros), na área educacional e na própria gestão pública das iniciativas culturais. Há um enorme potencial social a ser desenvolvido no país, sendo fundamental que se alinhe para isso uma visão da gestão pública, uma forma de se compreender a tecnologia e uma visão social que compreenda as diferentes dimensões do problema e as trabalhe de forma articulada. É nessa direção que as contribuições do projeto Tainacan apontam. Que o futuro se mostre promissor.

REFERÊNCIAS

Brandão, R. S., & Silva, M. F. (2018). Proposta de plano de classificação facetado para as universidades federais. *RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 16(1), 104-118.

Gomes, D. S., & Freitas, N. (2018). A preservação das coleções universitárias: o registro dos acervos em plataformas digitais como fonte de informação. *Revista Eletrônica Ventilando Acervos*, 6(1), 56-62.

Lourenço, R. S. (2009). Memória digital. *Documento base para o Fórum de Cultura Digital Brasileira*. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <https://www.slideshare.net/Culturadigital/documento-do-eixo-memoria-digital>

Maia, M. R. de C. (2018). Museus brasileiros e a hiperconectividade: a experiência com a plataforma Tainacan no acesso ao patrimônio Afro-Digital. *Revista Museu*, 1, 1-6.

Maricato, J. de M., & Martins, D. L. (2017). Altmetria: complexidades, desafios e novas formas de mensuração e compreensão da comunicação científica na Web social. *Revista Biblios*, 68, 48-68.

Martins, D. L. (2017). Laboratório de políticas públicas participativas: tecnologias livres para a gestão de informações culturais. In J. P. Mehl, & S. P. Silva (Org.). *Cultura digital, internet e apropriações políticas*. Rio de Janeiro: Folio Digital.

Martins, D. L. (2018). As práticas da cultura digital. *Anais do Seminário Ciência, Políticas e Metodologias de Pesquisa: Diálogos Brasil e Portugal*, Sorocaba, SP.

Martins, D. L., Carmo, D. do., & Germani, L. B. (2018). Museu do Índio: estudo de caso do processo de migração e abertura dos dados ligados semânticos do acervo museológico com o software livre Tainacan. *Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, Londrina, PR, Brasil.

Martins, D. L., Carmo, D., & Santos, W. S. (2017). A presença dos museus brasileiros nas mídias sociais: o caso do Facebook. *Revista Morpheus: Estudos Interdisciplinares em Memória Social*, 10, 01-18.

Martins, D. L., & Carvalho Junior, J. M. C. (2017). Memória como prática na cultura digital. In Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2016*. São Paulo: CGI.br.

Martins, D. L., & Silva, M. F. (2017). Critérios de avaliação para sistemas de bibliotecas digitais: uma proposta a partir de novas dimensões analíticas. *INCID: Revista de Ciência de Informação e Documentação*, 8(1), 100-121.

Martins, D. L., Silva, M. F., & Carmo, D. (2018). Acervos em rede: perspectivas para as instituições culturais em tempos de cultura digital. *Em Questão*, 24(1), 195-216.

Martins, D. L., Silva, M. F., Santarém Segundo, J. E., & Siqueira, J. (2017). Repositório digital com o software livre Tainacan: revisão da ferramenta e exemplo de implantação na área cultural com a revista *Filme Cultura*. *Anais do 18º Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, Marília, SP, Brasil.

Martins, D. L., Silva, M. F., & Siqueira, J. (2018). Comparação entre sistemas para criação de acervos digitais: análise dos software livres Dspace, Eprints, Fedora, Greenstone e Islandora a partir de novas dimensões analíticas. *INCID: Revista de Ciência de Informação e Documentação*, 9(1).

Martins, D. L., Silva, M. F., Siqueira, J., & Santana, D. V. (2018). Análise dos modelos colaborativos de softwares para edição de ontologias por meio do Modelo 4C de colaboração. *Em Questão*, 25(1), 267-294.

Martins, L. C., Martins, D. L., & Carmo, D. do. (2018). Acervos hiperconectados: reflexões sobre a construção de parâmetros de maturidade tecnológica em museus. *Anais do Encontro Internacional de Organismos Museológicos Hiperconectados*, Assunção, Paraguai.

Oliveira, L. F. R., & Martins, D. L. (2017). O estado da arte em pesquisas sobre humanidades digitais no Brasil. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, 10(1), 09-20.

Puntoni, P. (2017). Rede Memorial: Cultural digital, redes colaborativas e a digitalização de acervos memoriais no Brasil. In B. GÖBEL, & G. Chicote (Org.). *Transiciones inciertas: Archivos, conocimientos y transformación digital en América Latina*. pp.120-152. La Plata: Universidad Nacional de La Plata; Berlín: Ibero-Amerikanisches Institut. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <https://www.libros.fahce.unlp.edu.ar/index.php/libros/catalog/view/99/123/967-1>

Rezende, L. V. R., & Martins, D. L. (2018). Iniciativas científicas de arquivamento e preservação de conteúdos em mídias sociais: panorama atual. *Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação*, 11(1), 219-236.

Rezende, L. V. R., Martins, D. L., & Silva, M. F. (2016). Mídias sociais em tempos de bibliotecas 2.0: um estudo em bibliotecas das instituições federais de ensino brasileiras trazendo perspectivas futuras para a preservação digital. *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 14(3), 484-500.

Santana, D. V., Silva, M. F., Martins, D. L., & Siqueira, J. (2018). Avaliação de modelos para colaboração em software editores de ontologia. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, 14(3), 123-141.

Santarém Segundo, J. E., & Martins, D. L. (2018). Websemântica e extração de dados na composição de modelo estrutural para dados de resultados de produção científica. *Anais do 6º Encontro Brasileiro de Bibliometria e Cientometria*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Silva, E. A., & Martins, D. L. (2018). Apropriação social de redes de relacionamento: a webometria como ferramenta da percepção da produção de referenciais internas (*outlinks*) e externas (*backlinks*). *Anais do 6º Encontro Brasileiro de Bibliometria e Cientometria*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Silva, L. C., Santarém Segundo, J. E. & Silva, M. F. (2018). Princípios de FAIR e melhores práticas do *Linked Data* na publicação de dados de pesquisa. *Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, Londrina, PR, Brasil.

FINANCIAMENTO À CULTURA PELA APLICAÇÃO DE TIC: O PROGRAMA MATCHFUNDING DE CULTURA BNDES¹

Patricia Zendron², Eduardo Bizzo de Pinho Borges³, Maria Araujo Parreiras⁴ e Vitor Straub de Moraes⁵

O tema do financiamento é reconhecidamente um dos aspectos desafiadores para a estruturação e o desenvolvimento da economia da cultura, não apenas no Brasil, mas também internacionalmente, conforme o relatório anual da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento [Unctad], 2013).

Por outro lado, a expectativa de crescimento das indústrias criativas e culturais é de 4,4% ao ano até 2022, segundo a publicação da PricewaterhouseCoopers (PricewaterhouseCoopers [PwC], 2018), frente a um crescimento mundial anual de 3,7% nos próximos dois anos, estimado pelo Fundo Monetário Internacional (Fundo Monetário Internacional [FMI], 2018). Esse dinamismo econômico, assim como as externalidades sociais e culturais, justificaram uma diversidade de experiências bem-sucedidas de promoção das indústrias criativas e culturais como vetor de desenvolvimento, colocando a ampliação do acesso a fontes de financiamento como uma agenda prioritária para a realização desse potencial.

No Brasil, porém, o atual cenário econômico e de crise fiscal levou à redução do orçamento público para a cultura nas esferas federal, estadual e municipal⁶ e à diminuição dos investimentos privados via Lei Rouanet, que decresceram 11% em valores nominais de 2014 a 2017.⁷

Nesse contexto restritivo, as tecnologias de informação e comunicação (TIC) consistem em oportunidade para o desenvolvimento de instrumentos inovadores para as formas de

¹ Os autores agradecem os comentários e o apoio de Luciane Gorgulho, chefe de departamento no Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Tatiana Leite, da Beneficência, Leonardo Letelier e Stefano Giarelli, da Sitawi Finanças do Bem. Este artigo é de exclusiva responsabilidade dos autores, não refletindo, necessariamente, a opinião do BNDES.

² Economista do Departamento de Educação e Cultura do BNDES.

³ Gerente do Departamento de Educação e Cultura do BNDES.

⁴ Economista do Departamento de Educação e Cultura do BNDES.

⁵ Estagiário do Departamento de Educação e Cultura do BNDES.

⁶ O orçamento da União destinado à cultura reduziu 9,5% em valores nominais de 2017 para 2018 (Portal da Transparência & Ministério da Cultura [Minc], 2018).

⁷ Mais informações no *website* SalicNet. Recuperado em 18 janeiro, 2019, de <http://sistemas.cultura.gov.br/comparar/salicnet/salicnet.php>

financiamento, possibilitando a diversificação de fontes. Como evidenciado na pesquisa TIC Cultura 2016 (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2017), há espaço para o aumento do uso de TIC nos mecanismos de captação no setor cultural. Embora o estudo mostre que o uso de computador e Internet tenha contribuído muito para o aumento da captação de recursos para 37% dos pontos de cultura e 35% dos cinemas, ele não contribuiu em nada para 26% dos arquivos e bibliotecas, 25% dos teatros, 23% dos museus e 21% dos bens tombados.

Ainda conforme a pesquisa, com exceção dos pontos de cultura, em todos os tipos de equipamentos culturais a maioria dos respondentes não realizou atividades de captação em 2016. Apenas 10% das bibliotecas captaram recursos, enquanto menos de 30% de cinemas, museus e teatros e menos de 40% de arquivos e bens tombados realizaram esse tipo de atividade. Dentre os pontos de cultura, entretanto, 65% realizaram captação naquele ano.

Considerando a necessidade de diversificação de mecanismos e de fontes para o financiamento à cultura, o presente artigo tem por objetivo apresentar e analisar o caso de uma iniciativa inovadora que tem como base a aplicação de tecnologias de informação e comunicação: o Programa Matchfunding de Cultura BNDES. Para tal, é realizado um estudo de caso *ex-ante* da iniciativa aprovada pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) em dezembro de 2018, a partir de uma proposta submetida pela Sitawi Finanças do Bem, em parceria com a plataforma de financiamento coletivo (*crowdfunding*) Benfeitoria e com o Museu Vivo, coidealizadores do Programa.

ANÁLISE DA INICIATIVA

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta análise tem orientação qualitativa e consiste em um estudo de caso, por meio do qual, a partir de uma iniciativa específica, buscou-se extrair aprendizados, princípios e conceitos aplicáveis a outros contextos. O caráter qualitativo permite explorar não só os aspectos relacionados ao financiamento, mas também a outros temas da economia da cultura.

O estudo deu-se, basicamente, a partir da avaliação dos documentos constitutivos da iniciativa. Trata-se de uma análise *ex-ante*, que considera os impactos e efeitos potenciais da iniciativa, uma vez que esta ainda será implementada.

Os resultados da pesquisa presentes neste artigo serão essenciais para estabelecer as expectativas para posterior monitoramento e avaliação do Programa Matchfunding de Cultura BNDES, assim como de outros desdobramentos esperados a partir desta iniciativa específica.

HISTÓRICO DO BNDES NO APOIO AO PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO E A OPORTUNIDADE DE NOVOS CANAIS DE FINANCIAMENTO

Ao longo de 20 anos de atuação continuada no setor cultural, o BNDES construiu uma ampla e diversificada carteira de projetos de preservação e revitalização do patrimônio cultural brasileiro (patrimônio histórico e artístico, acervos memoriais e patrimônio imaterial). Nesse período, foram realizadas 232 operações para apoio a cerca de 180 diferentes monumentos em

todo o país, entre os quais estão museus, bibliotecas, arquivos, sítios arqueológicos, igrejas e outros bens, totalizando mais de R\$ 600 milhões aplicados.

A partir da experiência acumulada no período, é possível perceber que a questão do financiamento adequado é essencial para a transformação das instituições responsáveis pela guarda do patrimônio cultural brasileiro e pela dinamização econômica a partir de seus usos.

Atualmente, o setor de patrimônio é financiado por meio de uma lógica de projeto cultural, na maioria das vezes com recursos de patrocínio, objeto de incentivo fiscal ou de orçamento público. Como consequência desse subfinanciamento, o impacto tende a ficar muito aquém das potencialidades, com as instituições culturais dedicando grande esforço à obtenção de recursos a serem utilizados no curto prazo, em despesas de custeio e atividades básicas.

Assim, a estratégia do BNDES, nos últimos anos, priorizou estimular e apoiar a busca por fontes alternativas de recursos, sejam elas derivadas de doações, bilheteria, assinaturas, venda de serviços ou de produtos inspirados no conteúdo ou na estética do patrimônio.

A evolução das TIC e o amadurecimento da Internet representam uma valiosa oportunidade para o desenvolvimento de novos instrumentos financeiros e de novos canais de financiamento. Segundo o relatório desenvolvido pelo Cambridge Centre for Alternative Finance, da Universidade de Cambridge, e pelo The Polsky Center for Entrepreneurship and Innovation, da Chicago Booth School of Business, as tendências de canais alternativos de financiamento, especialmente *on-line*, têm o potencial de remoldar as bases dos serviços financeiros (Cambridge Centre for Alternative Finance – Universidade de Cambridge & The Polsky Center for Entrepreneurship and Innovation – Chicago Booth School of Business, 2016). Entre 2013 e 2015, o volume de transações *on-line* triplicou e ultrapassou US\$ 36 bilhões nas Américas. *Crowdfunding*, financiamento direto (*peer-to-peer lending*) e outras plataformas *on-line* de financiamento alternativo têm-se destacado dentre as inovações tecnológicas.

As plataformas de financiamento coletivo – *crowdfunding* – surgidas em meados dos anos 2000 arrecadaram mundialmente US\$ 16 bilhões em 2014 (Thuy, 2017). Projeções apontam para uma movimentação de US\$ 90 bilhões até 2025, tendo o Brasil potencial para representar pelo menos 10% desse valor (Canteras, 2015).

O modelo do *crowdfunding* parte da dinâmica de arrecadação *on-line* e coletiva para determinado fim, oferecendo recompensas criativas para os colaboradores do projeto e garantindo a eles devolução do dinheiro, caso o valor mínimo necessário para viabilizá-lo não seja atingido dentro do prazo. Assim, ou todos ganham ou ninguém perde – porque os colaboradores recebem dinheiro de volta e a proponente não precisa realizar o projeto.

Além da captação de recursos, o *crowdfunding* permite divulgar uma ideia, produto ou serviço e testar sua aceitação – e, principalmente, engajar o público, pois os colaboradores se sentem parte fundamental da viabilização de algo em que acreditam.

Com base nesse diagnóstico do setor cultural e a partir da oportunidade oferecida pelas plataformas *on-line*, notadamente as de *crowdfunding*, é que foi estruturado o Programa Matchfunding de Cultura BNDES.

O PROGRAMA MATCHFUNDING DE CULTURA BNDES

Por meio das plataformas de *crowdfunding*, produtores e instituições culturais podem apresentar suas propostas, e o público pode realizar doações, normalmente em troca de recompensas ligadas ao projeto. Embora venha se difundindo no Brasil, o potencial desse instrumento ainda é aproveitado de maneira tímida pelo setor cultural.

Como forma de atrair e ampliar o interesse do público para determinados temas, diversas empresas e instituições têm utilizado o *matchfunding*, no qual a responsável pela iniciativa se compromete em combinar recursos à medida que há contribuições do público. A ideia é que cada R\$ 1 do público permita o casamento de mais R\$ X da empresa em favor do projeto. Essa alavancagem estimula a doação do público e aumenta a chance de arrecadar os recursos necessários à realização de projetos.

O Programa Matchfunding de Cultura BNDES lançará o primeiro canal de combinação de recursos do país a ter apoio da esfera pública, voltado especificamente para projetos que deixem legado para o patrimônio cultural brasileiro.⁸

O objetivo do programa contempla o apoio à capacitação de instituições culturais sobre o instrumento financeiro denominado *crowdfunding*, além da estruturação e da operacionalização de seleções públicas de projetos culturais para campanhas de arrecadação, bem como o acompanhamento das iniciativas culturais selecionadas e financiadas pela sociedade por meio do *matchfunding*.

A coordenação e operacionalização do programa será realizada pela Sitawi Finanças do Bem, organização da sociedade civil que atua no campo das finanças sociais e que terá como parceira técnica a Benfeitoria, uma das principais plataformas de *crowdfunding* no país e a primeira a operar seleções públicas de projetos para apoio via *matchfunding*.

O projeto foi aprovado e contratado com o BNDES em dezembro de 2018, dando início à fase de preparação e pré-produção do edital de seleção a ser lançado no primeiro semestre de 2019. O apoio do BNDES será de R\$ 7 milhões, com recursos do Fundo Cultural. Desse montante, até R\$ 4 milhões serão aplicados em projetos que receberem doações da sociedade por meio de *crowdfunding* entre 2019 e 2020.

Nos projetos culturais selecionados pelo edital, a cada R\$ 1 captado do público, o BNDES aportará R\$ 2, até que a meta mínima da campanha de arrecadação seja alcançada. Se a primeira meta for batida antes do prazo da campanha terminar, o projeto poderá continuar captando do público, porém sem o *match* do BNDES, como uma campanha de arrecadação normal.

Na primeira onda de seleção, os projetos poderão ter metas entre R\$ 30 mil e R\$ 300 mil. Ou seja, os projetos deverão captar entre R\$ 10 mil e R\$ 100 mil do público, e o BNDES poderá aportar entre R\$ 20 mil e R\$ 200 mil em cada um deles.

⁸ O patrimônio cultural brasileiro é definido pela Constituição (Artigo 216) como os bens materiais e imateriais portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira. O conceito abrange o patrimônio histórico, artístico, arqueológico, acervos memoriais e o patrimônio imaterial, dentre outros (Constituição da República Federativa do Brasil, 1988).

Para receber os recursos do banco, as iniciativas deverão, além de atingir suas metas de arrecadação, apresentar um mínimo de “pulverização” de recursos. A ideia, com isso, é que sejam efetivamente viabilizadas somente as ações que contem com amplo engajamento do público.

Considerando que a arrecadação esperada do público é de aproximadamente R\$ 2 milhões, o valor total destinado a projetos será de pelo menos R\$ 6 milhões, com o programa atingindo R\$ 9 milhões de investimento. As ações de capacitação de instituições culturais em elaboração de projetos, engajamento de públicos, boas práticas de sustentabilidade (para além do financiamento coletivo), entre outros, assim como os custos de operacionalizar e divulgar os editais de seleção, acompanhar a realização dos projetos e avaliar a efetividade do próprio programa, contam com orçamento de até R\$ 3 milhões para os dois anos previstos da iniciativa.

A expectativa é que o programa apoie até 80 projetos selecionados ao longo de 2019 e 2020 por meio de edital. A cada ano ocorrerão cinco ondas de seleção, com a expectativa de oito projetos selecionados em cada uma delas, em média. A curadoria do Matchfunding de Cultura BNDES será responsável pela seleção inicial de propostas que possam deixar legado para o patrimônio material ou imaterial brasileiro em temas como digital/mídia/games, educação patrimonial, turismo e acervo.

Os responsáveis pelos projetos escolhidos receberão treinamento aprofundado com foco nas campanhas de arrecadação, de forma que consigam captar os recursos necessários à execução das propostas. Após passar por essa fase, os projetos serão apresentados no canal do programa hospedado na plataforma Benfeitoria, para que o público possa conhecê-los e efetuar doações àqueles que acharem mais interessantes.

Mudanças táticas no programa poderão ser feitas ao longo do tempo, de acordo com os aprendizados de percurso, com o escopo dos projetos aceitos, valores máximo e mínimo, prazos de arrecadação, entre outros.

O POTENCIAL DE USO DAS TIC NA CULTURA E SEUS IMPACTOS: UM OLHAR EX-ANTE

A utilização de plataformas *on-line* de financiamento, em particular o instrumento de *crowdfunding*, é inovadora e relevante para o setor cultural e para o setor público. No Programa Matchfunding de Cultura BNDES, mais imediata é a oportunidade para o segmento de patrimônio cultural, considerando o potencial de uso das TIC como uma alternativa de financiamento e um estímulo à sustentabilidade financeira, como visto anteriormente. Configura, também, uma nova forma de relacionamento das instituições culturais com os públicos e a sociedade civil mais ampla, com impactos perenes e muito positivos para sua dinâmica futura e mesmo para a percepção da sua relevância. Finalmente, a expectativa é que o programa, com seu potencial de destacar o tema do patrimônio cultural para atores da cultura digital, possa desenvolver projetos na vertente digital, incluindo mídia e *games*. Essas experiências poderão demonstrar e concretizar o potencial de uso das TIC na ampliação do acesso, do consumo e da produção de cultura.

Para o setor público, trata-se de uma experiência piloto para prospectar novas fontes de recursos e, novamente, para desenvolver novos relacionamentos com seus públicos e clientes. Além disso, destaca-se que a participação da sociedade no cofinanciamento garante que apenas

projetos com interesse coletivo e com público engajado sejam contemplados, viabilizando a realização de propostas consideradas pela sociedade como as mais relevantes, com potencial de retorno em externalidades e geração de valor público. Ou seja, trata-se de aproximação e parceria com a sociedade, o que deve resultar em maior eficiência e efetividade dos projetos, uma vez que aumentará as fontes de financiamento e favorecerá projetos percebidos pela sociedade como geradores de resultados e impactos meritórios. A aproximação, a parceria e a escala permitidas pelas TIC podem ser inspiração para desdobramentos em muitas outras iniciativas do setor público, ainda pouco exploradas mesmo na experiência internacional.

Outra dimensão fundamental é o potencial de comunicação e difusão baseado essencialmente em aplicação de TIC. Há três elementos que ampliam a visibilidade da iniciativa e potencializam o seu efeito sobre toda a cadeia produtiva e consumidora de cultura e para o público em geral. Primeiramente, a convocação de iniciativas será feita por meio de edital. O chamamento público tem grande alcance e mobiliza um conjunto amplo de *stakeholders*. O segundo ponto refere-se às campanhas de arrecadação em si, que dependem de esforço de divulgação e convencimento para sensibilização de uma rede de colaboradores. Destaca-se que essa é uma comunicação com perfil diferente da anterior, com maior profundidade, visando o engajamento do público com as iniciativas e resultando na construção de uma relação de confiança entre os participantes. Por fim, todo o programa tem a característica de desenvolver-se fortemente no ambiente digital. Todos os materiais produzidos, as campanhas de arrecadação e os resultados obtidos com cada uma das iniciativas e com o programa como um todo poderão ser facilmente compartilhados na Internet.

Por fim, o Matchfunding de Cultura BNDES é uma proposta de fomento, divulgação e capacitação teórica e prática em uma nova forma de arrecadação de recursos: o financiamento coletivo ou *crowdfunding*. É esperado que as ações auxiliem as proponentes das iniciativas na construção de padrões elevados de sustentabilidade financeira, o que se traduziria em redução gradual da dependência por recursos públicos. Sob essa ótica da capacitação, o programa também se desenvolve fortemente no ambiente digital. As ferramentas de webinar, webconferências, vídeos e tutoriais *on-line* são exemplos do uso de TIC para otimizar recursos humanos e financeiros e, conseqüentemente, ampliar o alcance das ações de capacitação. Nesse sentido, o aprendizado com o programa pode inspirar outras iniciativas inovadoras de educação e capacitação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Programa Matchfunding de Cultura BNDES possui potencial para ajudar o setor cultural a criar mecanismos de doação e novas habilidades de engajamento com seus públicos, alavancando a captação de recursos. Além disso, o programa tem como objetivo desenvolver uma visão mais estratégica sobre diversificação de recursos e seus vínculos com o desenvolvimento de públicos e comunicação digital.

As habilidades a serem desenvolvidas são importantes para conferir a autonomia e o salto qualitativo necessários para que o patrimônio cultural brasileiro possa alcançar seu potencial pleno. A experiência também poderá servir de inspiração para outros setores culturais e para instituições e empreendimentos que gerem impactos positivos percebidos pela sociedade.

Para o BNDES, o programa também se propõe a desenvolver um novo modelo para atuação, que poderá ser replicado em outras políticas públicas e iniciativas privadas de apoio à cultura e outros setores. Trata-se de um modelo que, por meio de tecnologia e valendo-se das redes sociais, aumenta a possibilidade de alavancar recursos de terceiros, trazendo novos apoiadores, não tradicionais, para se juntar ao financiamento de projetos. O modelo permite, ainda, obter ganhos de escala, com volume e abrangência muito maiores do que o proposto no projeto piloto.

O novo modelo permite capilarização para um conjunto de iniciativas que usualmente não teriam acesso aos recursos do BNDES e uma mudança qualitativa no relacionamento do banco com seus clientes e cofinanciadores. A experiência com o Programa Matchfunding de Cultura BNDES será fundamental para permitir aprendizados sobre esse formato, possibilitando que, no futuro, ele seja replicado em outras políticas – do setor cultural e de outros setores prioritários para a atuação do BNDES.

REFERÊNCIAS

Cambridge Centre for Alternative Finance – Universidade de Cambridge & The Polsky Center for Entrepreneurship and Innovation – Chicago Booth School of Business (2016). *Breaking new ground: The Americas alternative finance benchmarking report*. Recuperado em 04 janeiro, 2019, de https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-americas-alternative-finance-benchmarking-report.pdf

Canteras, L. T. (2015). *A evolução do crowdfunding no Brasil e no mundo*. Recuperado em 20 outubro, 2018, de <http://www.kickante.com.br/blog/blog/crowdfunding-brasil-mundo>

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2016*. São Paulo: CGI.br.

Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – Unctad (2013). *World investment report*. Recuperado em 19 outubro, 2018, de https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013_en.pdf

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (1998). Brasília. Recuperado em 18 janeiro 2019, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm

Fundo Monetário Internacional – FMI (2018). *Anual Report*. Recuperado em 19 outubro, 2018, de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2018/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2018-pt.pdf>

Portal da Transparência & Ministério da Cultura – Minc (2018). *Despesas do órgão: Execução orçamentária e financeira*. Recuperado em 18 janeiro, 2019, de <http://www.portaltransparencia.gov.br/orgaos-superiores/42000?ano=2018>

PricewaterhouseCoopers – PwC (2018). *Perspectives from the global entertainment & media outlook 2018–2022*. Recuperado em 20 outubro, 2018, de <https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/outlook/perspectives-from-the-global-entertainment-and-media-outlook-2018-2022.pdf>

Thuy, N. (2017). *Crowdfunding in Vietnam: The impact of project and founder quality on funding success*. Dissertação de mestrado, Universidade de Twente, Enschede, Holanda. Recuperado em 04 janeiro, 2019, de <https://pdfs.semanticscholar.org/ede8/ee208603002d8db556b2fedaa2e62fc3bad7.pdf>

PARTE 2

—

TIC CULTURA 2018

RELATÓRIO METODOLÓGICO TIC CULTURA

INTRODUÇÃO

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), por meio do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), apresenta a metodologia da pesquisa TIC Cultura.

A pesquisa é realizada em todo o território nacional por meio dos seguintes módulos temáticos:

- Módulo A: Perfil das instituições;
- Módulo B: Infraestrutura de TIC;
- Módulo C: Uso das TIC;
- Módulo D: Acervos e digitalização;
- Módulo E: Habilidades em TIC.

OBJETIVOS DA PESQUISA

A pesquisa TIC Cultura tem como objetivo principal compreender a presença e a adoção das tecnologias de informação e comunicação (TIC) nos equipamentos culturais brasileiros, tanto em sua rotina interna de funcionamento quanto na relação com os seus públicos.

Os objetivos específicos da pesquisa são:

- Mapear a infraestrutura de TIC disponível nos equipamentos culturais brasileiros;
- Investigar as atividades realizadas com o uso das TIC nos equipamentos culturais brasileiros;
- Analisar a presença institucional dos equipamentos culturais em *websites*, plataformas ou redes sociais *on-line* e sua utilização para a interação com os públicos dos serviços oferecidos;
- Entender como o uso das TIC contribui para a preservação, digitalização e divulgação de acervos;
- Investigar as habilidades possuídas pelas instituições e seus profissionais para utilização das TIC;
- Compreender as motivações para adoção das TIC e as barreiras encontradas no uso de computador e Internet nos equipamentos culturais brasileiros.

CONCEITOS E DEFINIÇÕES

De forma a potencializar a comparabilidade internacional de seus resultados, a pesquisa TIC Cultura está baseada no referencial do marco de estatísticas culturais da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [Unesco], 2009). Considerando os diversos domínios culturais, a investigação aborda as instituições que desempenham atividades de criação, produção, disseminação e exibição de bens culturais que, segundo o mesmo referencial, definem o ciclo cultural.

Os equipamentos culturais são entendidos, assim, como espaços que oferecem acesso a bens e serviços culturais, atuando na preservação e disponibilização de acervos e na realização de atividades de produção e difusão cultural abertas ao público. Tendo por base as categorias de equipamentos culturais da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2015), a TIC Cultura considera uma amostra representativa de instituições públicas e privadas registradas em cadastros oficiais em nível nacional. São investigados na pesquisa os seguintes tipos de equipamentos culturais, definidos de acordo com fontes oficiais e legislação existente:

- **Arquivos:** instituições que têm por finalidades a guarda, a preservação e a disponibilização de “conjuntos de documentos produzidos e recebidos por órgãos públicos, instituições de caráter público e entidades privadas, em decorrência do exercício de atividades específicas, [...] qualquer que seja o suporte da informação ou a natureza dos documentos” (Lei n. 8.159, 1991).
- **Bens tombados:** bens materiais reconhecidos e protegidos como patrimônio cultural por meio de instrumento legal concedido pela administração federal, estadual ou municipal. Incluem bens móveis e imóveis de naturezas diversas cuja conservação é de interesse público, por terem valor histórico ou artístico (Decreto-lei n. 25, 1937; Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional [Iphan], n.d.).
- **Bibliotecas:** equipamentos culturais que têm por objetivo atender, por meio dos seus acervos e de seus serviços, os diferentes interesses de leitura e informação da comunidade em que estão localizados, colaborando para ampliar o acesso à informação, à leitura e ao livro, de forma gratuita (Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas [SNBP], n.d.).
- **Cinemas:** complexos de exibição organizadores de um conjunto articulado de serviços voltados à atividade de exibição cinematográfica, estruturados a partir de uma ou mais salas de exibição, contíguas ou não, agrupadas sob um mesmo nome e cuja programação seja divulgada de forma única (Agência Nacional do Cinema [Ancine], 2015).
- **Museus:** instituições “que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento” (Lei n. 11.904, 2009).
- **Pontos de cultura:** grupos, coletivos e entidades jurídicas de direito privado sem fins lucrativos, de natureza ou finalidade cultural, que desenvolvem e articulam atividades culturais em suas comunidades e em redes, reconhecidos e certificados pelo Ministério da Cultura (Minc) por meio dos instrumentos da Política Nacional de Cultura Viva (Lei n. 13.018, 2014; Ministério da Cultura [Minc], n.d.).

- **Teatros:** espaços cênicos de produção e apresentação de projetos e espetáculos. Possuem diversos formatos (italiano, de arena, entre outros) e podem ser de natureza pública ou privada (Centro Técnico de Artes Cênicas, n.d.).

POPULAÇÃO-ALVO

A população-alvo da pesquisa compreende os equipamentos culturais brasileiros listados em cadastros oficiais disponibilizados por órgãos governamentais, abaixo especificados:

- **Arquivos:** todos os arquivos registrados no Cadastro Nacional de Entidades Custodiadoras de Acervos Arquivísticos do Conselho Nacional de Arquivos (Conarq).¹
- **Bens tombados:** apenas os bens tombados abertos à visitação e classificados como “Edificação”, “Edificação e acervo” e “Edificação e acervo natural”, em nível federal, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).
- **Bibliotecas:** apenas as bibliotecas públicas cadastradas no Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP).²
- **Cinemas:** todos os complexos de exibição em funcionamento registrados pela Agência Nacional do Cinema (Ancine).
- **Museus:** todas as instituições pertencentes ao Cadastro Nacional de Museus, organizado pelo Instituto Brasileiro de Museus (Ibram).³
- **Pontos de cultura:** todos os pontos de cultura conveniados presentes no Cadastro Nacional dos Pontos de Cultura fornecido pelo Ministério da Cultura (Minc).
- **Teatros:** todos os espaços cênicos cuja listagem é fornecida pelo Centro Técnico de Artes Cênicas da Fundação Nacional de Artes (Funarte).⁴

UNIDADE DE ANÁLISE E REFERÊNCIA

A unidade de análise e referência compreende os equipamentos culturais listados nos cadastros oficiais disponíveis. São disponibilizados indicadores para cada tipo de equipamento cultural.

¹ Mais informações no *website* do Arquivo Nacional. Recuperado em 10 janeiro, 2018, de <http://www.arquivonacional.gov.br/br/bases-de-dados.html/>

² Mais informações no *website* do SNBP. Recuperado em 10 janeiro, 2018, de <http://snbp.culturadigital.br/informacao/dados-das-bibliotecas-publicas/>

³ Mais informações na plataforma Museusbr, considerando-se apenas os resultados verificados. Recuperado em 10 janeiro, 2018, de <http://museus.cultura.gov.br/>

⁴ Mais informações no Portal de Dados do Minc. Recuperado em 10 janeiro, 2018, de <http://dados.cultura.gov.br/dataset/teatros-do-brasil/>

INSTRUMENTO DE COLETA

INFORMAÇÕES SOBRE OS INSTRUMENTOS DE COLETA

Para coleta das informações de interesse na pesquisa é construído um questionário estruturado, com perguntas fechadas e abertas (quando for o caso). Mais informações a respeito do questionário podem ser encontradas no item “Instrumento de Coleta” no “Relatório de Coleta de Dados” da pesquisa.

PLANO AMOSTRAL

A pesquisa utiliza duas abordagens diferentes, a depender do tipo de equipamento cultural entrevistado: uma censitária e outra amostral, de acordo com as quantidades de equipamentos culturais existentes segundo tipo e localização.

CADASTRO E FONTES DE INFORMAÇÃO

As informações cadastrais são fornecidas ao Cetic.br pelos órgãos governamentais do setor cultural responsáveis por cada um dos tipos de equipamentos culturais considerados. Os cadastros são compostos, em geral, por variáveis de identificação da instituição, como nome e localidade, e informações de contato, como telefone e *e-mail*.

O tratamento dado aos cadastros contempla os seguintes processos, realizados separadamente em cada base:

1. Padronização de campos de texto: remoção de caracteres especiais e transformação de todo o conteúdo para letras maiúsculas;
2. Eliminação de registros sem identificação;
3. Eliminação de registros sem possibilidade de contato;
4. Eliminação de registros duplicados: comparação de todos os campos dentro da base e verificação caso a caso;
5. Exclusão de casos fora da população de referência.

Por alguns cadastros não apresentarem as informações de contato na totalidade dos registros, é realizada uma etapa de construção e validação de telefones, de forma a tornar a maior parte do cadastro útil para a realização da pesquisa. A tabela com a distribuição da população-alvo por equipamento cultural, a partir dos registros obtidos nos cadastros, está disponível no “Relatório de Coleta de Dados” da pesquisa.

DIMENSIONAMENTO DA AMOSTRA

A amostra está dimensionada considerando a otimização de recursos e a qualidade exigida para apresentação dos resultados. As próximas seções dizem respeito à amostra desenhada para a execução da coleta de dados da pesquisa. Mais informações a respeito do dimensionamento da amostra e execução da pesquisa em campo podem ser encontradas no “Relatório de Coleta de Dados” da pesquisa.

CRITÉRIOS PARA DESENHO DA AMOSTRA

A pesquisa tem duas abordagens diferentes: uma censitária e outra amostral. A amostra da pesquisa é desenhada utilizando a técnica de amostragem estratificada, que visa melhorar a precisão das estimativas e garantir a inclusão de subpopulações de interesse. As variáveis de estratificação são o tipo de equipamento cultural e a região onde está instalado.

ALOCAÇÃO DA AMOSTRA

A amostra de equipamentos culturais é obtida por amostragem aleatória simples sem reposição em cada estrato. Dessa forma, dentro de cada estrato, as probabilidades de seleção são iguais. Como mencionado anteriormente, em alguns estratos, devido ao número pequeno de instituições nos cadastros, são selecionadas todas as instituições – o que compreende um censo.

Os estratos possibilitam que todas as regiões e tipos de equipamento cultural estejam representados na amostra, além de permitir análises para os domínios definidos por essas variáveis individualmente. Contudo, não é possível tirar conclusões para categorias resultantes do cruzamento entre as variáveis. A tabela contendo a alocação da amostra por tipo de equipamento cultural também está disponível no “Relatório de Coleta de Dados” da pesquisa.

SELEÇÃO DA AMOSTRA

Dentro de cada estrato, as organizações são selecionadas por amostragem aleatória simples. Dessa forma, para a parte amostral da pesquisa, denomina-se que:

N é o total de equipamentos culturais;

N_h é o total de equipamentos culturais no estrato h ;

n é o tamanho da amostra; e

n_h é o tamanho da amostra de equipamentos culturais no estrato h . De tal forma que:

$$n_h = n \times \frac{N_h}{N} \quad (1)$$

Logo, as probabilidades de inclusão das unidades de amostragem i para cada estrato h são dadas por:

$$\pi_{ih} = \frac{n_h}{N_h} \quad (2)$$

Como na parte censitária são selecionados todos os equipamentos culturais, cada equipamento tem probabilidade de inclusão igual a 1, ou seja, $\pi_{ih} = 1$.

COLETA DE DADOS EM CAMPO

MÉTODO DE COLETA

As instituições são contatadas por meio da técnica de Entrevista Telefônica Assistida por Computador (do inglês, *Computer Assisted Telephone Interviewing – CATI*).

Em cada equipamento cultural pesquisado, busca-se entrevistar o principal gestor, como coordenadores, presidentes, diretores ou outros gestores que conheçam as instituições como um todo, inclusive em relação a aspectos administrativos. São considerados respondentes qualificados aqueles que se consideram as pessoas que mais conhecem a instituição.

PROCESSAMENTO DOS DADOS

PROCEDIMENTOS DE PONDERAÇÃO

A cada equipamento cultural da amostra é associado um peso amostral básico, obtido pela razão entre o tamanho da população e o tamanho da amostra no estrato final correspondente.

$$w_{ih} = \begin{cases} \frac{N_h}{n_h} & , \text{ se for um equipamento cultural em estrato de amostra} \\ 1 & , \text{ se for um equipamento cultural em estrato censitário} \end{cases} \quad (3)$$

Onde:

w_{ih} é o peso básico, inverso da probabilidade de seleção do respondente, do equipamento cultural i no estrato h associado a cada um dos equipamentos culturais selecionados;

n_h é o tamanho da amostra de equipamentos culturais no estrato h ; e

N_h é o total de equipamentos culturais no estrato h .

Para corrigir os casos nos quais não se obtém a resposta de todos os selecionados, é realizada uma correção de não resposta. A correção de não resposta é dada pela fórmula:

$$w_{ih}^* = \begin{cases} w_{ih} \times \frac{N_h}{n_h^r} & , \text{ se for um equipamento cultural em estrato de amostra} \\ \frac{C_h}{c_h^r} & , \text{ se for um equipamento cultural em estrato censitário} \end{cases}$$

Onde:

w_{ih}^* é o peso com correção de não resposta do equipamento cultural i no estrato h ;

N_h é o total de equipamentos culturais no estrato h ;

n_h^r é o total de equipamentos culturais respondentes no estrato h ;

C_h é o total de equipamentos culturais do censo no estrato h ; e

c_h^r é o total de equipamentos culturais do censo respondentes no estrato h .

ERROS AMOSTRAIS

As estimativas da precisão amostral dos indicadores da TIC Cultura levam em consideração em seus cálculos o plano amostral empregado na pesquisa. Um fator de correção para população finita é considerado no cálculo de variância, uma vez que a população finita é pequena.

A partir das variâncias estimadas opta-se por divulgar os erros amostrais expressos pela margem de erro. Para a divulgação, as margens de erro são calculadas para um nível de confiança de 95%. Assim, se a pesquisa fosse repetida, em 19 de cada 20 vezes, o intervalo conteria o verdadeiro valor populacional. Normalmente, também são apresentadas outras medidas derivadas dessa estimativa de variabilidade, tais como erro padrão, coeficiente de variação e intervalo de confiança.

O cálculo da margem de erro considera o produto do erro padrão (raiz quadrada da variância) pelo valor 1,96 (valor da distribuição amostral que corresponde ao nível de significância escolhido de 95%). Esses cálculos são feitos para cada variável em todas as tabelas. Portanto, todas as tabelas de indicadores têm margens de erro relacionadas a cada estimativa apresentada em cada célula da tabela.

DISSEMINAÇÃO DOS DADOS

Os resultados desta pesquisa são divulgados para cada tipo de equipamento cultural.

Arredondamentos fazem com que, em alguns resultados, a soma das categorias parciais difira de 100% em questões de resposta única. O somatório de frequências em questões de respostas múltiplas usualmente é diferente de 100%. Vale ressaltar que, nas tabelas de resultados, o hífen (-) é utilizado para representar a não resposta ao item. Por outro lado, como os resultados são apresentados sem casa decimal, as células com valor zero significam que houve resposta ao item, mas ele é explicitamente maior do que zero e menor do que um.

Os resultados da pesquisa TIC Cultura são publicados em livro e disponibilizados no *website* do Cetic.br (www.cetic.br). As tabelas totais e margens de erro calculadas para cada indicador estão apenas disponíveis para *download* no *website* do Cetic.br.

REFERÊNCIAS

Agência Nacional do Cinema – Ancine. (2016). *Instrução normativa n. 123, de 22 de dezembro de 2015*. Regulamenta o Sistema de Controle de Bilheteria e o procedimento de envio de dados de bilheteria, revoga a Instrução Normativa nº. 51, de 17 de fevereiro de 2006, e dá outras providências. Recuperado em 10 novembro, 2018, de <https://www.ancine.gov.br/pt-br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-123-de-22-de-dezembro-de-2015-0>

Centro Técnico de Artes Cênicas. (n.d.). Recuperado em 20 julho, 2017, de <http://www.ctac.gov.br>

Decreto-lei n. 25, de 30 de novembro de 1937 (1937). Organiza a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional. Recuperado em 20 julho, 2017, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0025.htm

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2015). *Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: Cultura 2014*. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado em 09 novembro, 2017, de <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf>

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan (n.d.). *Bens tombados*. Recuperado em 20 julho, 2017, de <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/126>

Lei n. 8.159, de 8 de janeiro de 1991 (1991). Dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências. Recuperado em 20 julho, 2017, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8159.htm

Lei n. 11.904, de 14 de janeiro de 2009 (2009). Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Recuperado em 20 julho, 2017, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm

Lei n. 13.018, de 22 de julho de 2014 (2014). Institui a Política Nacional de Cultura Viva e dá outras providências. Recuperado em 20 julho, 2017, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13018.htm

Ministério da Cultura – Minc. (n.d.). *Ponto de Cultura: Apresentação*. Recuperado em 20 julho, 2017, de <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/apresentacao>

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco. Institute for Statistics. (2009). *The 2009 Unesco framework for cultural statistics*. Recuperado em 20 julho, 2017, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191061e.pdf>

Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas – SNBP. (n.d.). Recuperado em 20 julho, 2017, de <http://snbp.cultura.gov.br/tiposdebibliotecas/>

RELATÓRIO DE COLETA DE DADOS TIC CULTURA 2018

INTRODUÇÃO

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), por meio do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), apresenta o “Relatório de Coleta de Dados” da pesquisa TIC Cultura 2018. O objetivo do relatório é informar características específicas da edição de 2018 do estudo, contemplando eventuais alterações realizadas nos instrumentos de coleta, a alocação da amostra implementada no ano e as taxas de resposta verificadas.

A apresentação da metodologia completa da pesquisa, incluindo os objetivos, os principais conceitos e definições e as características do plano amostral empregado, está descrita no “Relatório Metodológico”, também presente nesta edição.

ALOCAÇÃO DA AMOSTRA

A Tabela 1 apresenta a quantidade de registros obtidos nos cadastros para cada tipo de equipamento cultural, que consiste na população de referência considerada na pesquisa em 2018.

TABELA 1
POPULAÇÃO DE REFERÊNCIA POR TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL, SEGUNDO REGIÃO

Região	Arquivos	Bens tombados	Bibliotecas	Cinemas	Museus	Pontos de cultura	Teatros
Centro-Oeste	33	41	520	72	241	228	119
Nordeste	54	279	1 881	131	666	1 018	230
Norte	15	21	523	62	147	231	58
Sudeste	143	357	1 989	475	1 276	1 068	581
Sul	65	96	1 298	158	917	330	201
Total	310	794	6 211	898	3 247	2 875	1 189

Todos os arquivos, bens tombados, museus e teatros da região Norte tiveram abordagem censitária, bem como os bens tombados das regiões Centro-Oeste e Sul. Os demais tipos de equipamentos por regiões tiveram abordagem amostral. O tamanho final da amostra planejada por tipo de equipamento cultural, já considerando as possíveis taxas de não resposta ao longo da coleta de dados, pode ser visto na Tabela 2.

TABELA 2
AMOSTRA PLANEJADA POR TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL, SEGUNDO REGIÃO

Região	Arquivos	Bens tombados	Bibliotecas	Cinemas	Museus	Pontos de cultura	Teatros
Centro-Oeste	30	41	274	66	205	154	85
Nordeste	39	141	258	104	222	323	229
Norte	15	21	435	51	147	195	58
Sudeste	130	168	207	305	249	258	500
Sul	59	96	207	104	206	206	156
Total	273	467	1 381	630	1 029	1 136	1 028

INSTRUMENTOS DE COLETA

INFORMAÇÕES SOBRE OS INSTRUMENTOS DE COLETA

A pesquisa foi conduzida por meio de entrevistas com questionário estruturado, realizadas com os responsáveis pelos equipamentos culturais, preferencialmente aqueles com domínio sobre o funcionamento da instituição, tanto no que se refere a aspectos administrativos quanto à infraestrutura de computador e Internet. O questionário utilizado foi o mesmo para todos os tipos de equipamentos culturais, tendo sido composto pelos módulos detalhados a seguir.

O módulo A investiga o perfil das instituições, contendo informações de natureza organizacional e administrativa, como o tipo de equipamento cultural que melhor descreve a instituição, o ano de fundação, o local de funcionamento, a natureza jurídica, o quadro de recursos humanos (remunerados e voluntários), a quantidade de pessoas atendidas no ano de referência de 2017, as fontes e a captação de recursos e a estimativa de receitas da instituição.

O módulo B, referente à infraestrutura de tecnologia de informação e comunicação (TIC), traz informações sobre a posse e uso de computadores e de Internet, bem como os motivos para o não uso e as contribuições trazidas pelo uso, nos casos em que se aplica. Também apresenta questões sobre os tipos de conexão à Internet, a velocidade máxima para *download* contratada, a presença de Internet WiFi e a disponibilização de acesso gratuito para o público. Por fim, trata ainda dos tipos de *software* utilizados, da finalidade de uso de *software* e do uso de celulares para fins de trabalho.

O uso das TIC é abordado no módulo C, que abarca as atividades realizadas na Internet e a presença da instituição em plataformas *on-line*, incluindo *websites* e redes sociais. Também traz questões mais específicas acerca dos recursos disponíveis no *website*, do uso das redes sociais e de serviços de governo eletrônico. Além disso, investiga as atividades realizadas de modo mais amplo pelos equipamentos culturais – incluindo as atividades de formação presencial e a distância e também a venda ou reserva de ingressos para o público.

O módulo D apresenta questões relativas à posse, digitalização e divulgação dos acervos das instituições, incluindo questões sobre os tipos de acervos existentes, formas de disponibilização para o público e dificuldades para a digitalização, além da disponibilização de catálogos dos acervos para consulta pela Internet.

O módulo E, referente às habilidades em TIC, levanta questões sobre a gestão de TI na instituição, incluindo a existência de área ou departamento de tecnologia da informação ou informática, a contratação de serviços relacionados, o desenvolvimento de *sites*, os responsáveis pelo serviço de relacionamento com o público nas redes sociais, a capacitação das equipes e as dificuldades no uso de computador e Internet.

As opções “Não sabe” e “Não respondeu” são disponibilizadas nos itens de resposta para os casos em que os entrevistados não possuem a informação solicitada ou se negam a responder a determinada questão. Os casos que constam como “Não se aplica” na apresentação dos resultados referem-se a questões não aplicadas para determinado conjunto de equipamentos, que refletem os filtros presentes ao longo do questionário.

PRÉ-TESTES

O pré-teste dos questionários foi realizado no período de 15 a 19 de fevereiro de 2018, com entrevistas em 20 equipamentos culturais – sendo seis bibliotecas, sete museus e sete pontos de cultura. A diversidade regional esteve contemplada com sete instituições do Centro-Oeste, três do Nordeste, quatro do Norte, quatro do Sudeste e duas da região Sul. O questionário foi aplicado no formato eletrônico e o tempo médio de aplicação foi de 35 minutos.

ALTERAÇÕES NOS INSTRUMENTOS DE COLETA

Com intuito de aprimorar o instrumento de coleta em relação à primeira edição da pesquisa, foram feitas diversas revisões e ajustes no questionário. Para favorecer a compreensão por parte dos entrevistados, foi realizada a padronização e simplificação do enunciado de algumas perguntas e itens de respostas. Além disso, novas questões e itens de resposta foram incluídos, ao passo que outros foram excluídos para não ampliar o tempo de aplicação do questionário. Todas as revisões foram realizadas de forma a maximizar a possibilidade de comparação dos principais indicadores da pesquisa ao longo da série histórica.

No módulo A, referente ao perfil, foi incluída questão sobre o ano de fundação das instituições. Com relação ao público, foi incluída pergunta sobre a quantidade aproximada de pessoas atendidas no ano de referência e excluída a questão sobre o tipo de público atendido pelas instituições. Além disso, foram revisados itens da questão sobre fontes de recursos e incluída questão sobre o recebimento de recursos via incentivo fiscal. Por fim, para identificação do perfil dos bens tombados em particular, foram incluídas questões específicas a respeito de realização de visitas guiadas e possibilidade de obtenção de informações históricas pelos visitantes no local de funcionamento da instituição.

Quanto ao módulo B, de infraestrutura de TIC, foram revisados itens das questões sobre motivo do não uso de computadores e da Internet, assim como o enunciado e itens da questão sobre grau de contribuição do computador e da Internet para as instituições. Também foram incluídas questões sobre disponibilização de computadores para o uso do público e finalidade dos *software* utilizados pelas instituições.

No módulo C, de uso das TIC, foram revisados os enunciados das perguntas referentes à existência de *website* e ao uso de redes sociais, assim como itens de resposta das questões relativas a recursos disponíveis nos *websites* e atividades nas redes sociais. Também foram revisados itens das perguntas referentes a ações realizadas na Internet, atividades de governo eletrônico – incluindo um novo item – e atividades realizadas pelas instituições de modo geral, assim como na questão relativa a venda ou reserva de ingressos pela Internet. Ainda em relação ao uso da Internet, foram retiradas do instrumento de coleta as investigações sobre frequência de atualização de conteúdos em redes sociais e quanto à edição de conteúdos e existência de verbetes das instituições na Wikipédia.

No módulo D, entre as perguntas sobre acervos e digitalização nos equipamentos culturais, houve revisão na bateria de itens de tipos de acervo, na questão relativa a meios de disponibilização de materiais digitais para o público, bem como na pergunta sobre dificuldades para a digitalização dos acervos. Ainda nessa temática, a pesquisa passou a investigar a disponibilização de catálogos dos acervos na Internet pelos equipamentos culturais.

No módulo E, relativo a habilidades em TIC, as alterações mais importantes foram a inclusão de questões sobre responsável pelo relacionamento com o público nas redes sociais e a exclusão da questão para identificação dos desenvolvedores dos aplicativos das instituições.

TREINAMENTO DE CAMPO

As entrevistas foram realizadas por uma equipe de entrevistadores treinados e supervisionados. Esses profissionais passaram por treinamento básico de pesquisa; treinamento organizacional; treinamento contínuo de aprimoramento; e treinamento de reciclagem. Além disso, houve um treinamento específico para a pesquisa TIC Cultura 2018, que abarcou a abordagem ao público respondente, o instrumento de coleta, os procedimentos e as ocorrências de campo.

Além do treinamento, toda a equipe do projeto também teve acesso ao manual de instruções da pesquisa, que continha a descrição de todos os procedimentos necessários para a realização da coleta de dados e o detalhamento dos objetivos e metodologia do estudo, para garantir a padronização e a qualidade do trabalho.

Ao todo, trabalharam na coleta de dados 33 entrevistadores e um supervisor de campo.

COLETA DE DADOS EM CAMPO

MÉTODO DE COLETA

As instituições foram contatadas por meio da técnica de Entrevista Telefônica Assistida por Computador (do inglês, *Computer Assisted Telephone Interviewing* – CATI). As entrevistas para aplicação do questionário tiveram duração aproximada de 37 minutos.

DATA DE COLETA

A coleta de dados da pesquisa TIC Cultura 2018 ocorreu entre os meses de março e julho de 2018. As entrevistas foram realizadas de segunda a sexta-feira entre 9h e 18h do horário de Brasília (UTC-3). Para alcançar equipamentos culturais em que o contato era mais difícil em horário comercial, parte da equipe trabalhou em horário diferenciado, das 11h às 20h, em parte do período de campo.

PROCEDIMENTOS E CONTROLE DE CAMPO

Diversas ações foram realizadas a fim de garantir a maior padronização possível na forma de coleta de dados. As ocorrências e procedimentos padrões adotados durante o campo estão descritos na Tabela 3.

TABELA 3
OCORRÊNCIAS FINAIS DE CAMPO, SEGUNDO PERCENTUAL DE CASOS REGISTRADOS

OCORRÊNCIA	DESCRIÇÃO	%
Entrevista realizada	Entrevista integralmente concluída pelo respondente.	52%
Retorno	Pessoa contatada na instituição informa que o responsável não pode atender porque está ausente, em reunião ou outros, porém não fornece dia e horário para agendar a entrevista.	11%
Agendamento	O respondente ou alguém próximo (secretária, por exemplo) é contatado e pede para ligar em um determinado dia e horário.	0%
Recusa	Pessoas contatadas se recusam a responder ou a escutar a descrição sobre do que se trata a pesquisa.	7%
Abandono	O questionário é iniciado e em determinado momento o entrevistado desiste de responder.	0%
Número de telefone errado	Telefone residencial ou de instituição que não a descrita na listagem.	4%
Número de telefone não existe	Mensagem automática de que o número não existe.	1%
Número de telefone não atende	Número é contatado várias vezes e ninguém atende.	2%
Sinal de fax	Número é contatado várias vezes e retorna um sinal de fax.	0%
Secretária eletrônica / caixa postal	Mensagem eletrônica.	0%
Não foi possível completar a ligação	Telefone dá sinal de intermitência (sinal de que a ligação não foi completada).	3%
Número de telefone ocupado	Telefone dá sinal de ocupado.	0%
Fora de área / desligado	Telefone dá uma mensagem de que o número está fora de serviço ou fora da área de cobertura.	0%
Duplicidade	Respondentes contatados informam que já responderam à pesquisa por pertencerem ao quadro de funcionários de outro estabelecimento da listagem.	3%
Nome e endereço não confirmados	Nome e o endereço da instituição presentes na listagem não são confirmados.	1%
Nome não confirmado, sem endereço para confirmação	Nome da instituição não é confirmado na questão e não há endereço para confirmação na listagem.	0%
Unidade contatada da instituição não fornece o telefone da unidade procurada	Número de telefone que é da instituição mas há recusa a informar o telefone da outra unidade que está no cadastro.	0%
Instituição fechou / não existe mais	Instituição que consta no cadastro não existe mais.	7%
Instituição não é visitável	Instituição não é aberta à visitação do público (aplicável apenas a bens tombados).	1%
Instituição não esteve em funcionamento nos últimos 12 meses	Instituição que consta no cadastro não esteve em funcionamento nos 12 meses anteriores à pesquisa.	2%
Não foi possível identificar o responsável pela instituição	Contato informa não ser a pessoa que mais conhece a instituição como um todo, e que não há outra pessoa a ser contatada para responder a pesquisa.	5%

Foram registradas ocorrências referentes a cada ligação ou tentativa de contato com um número do cadastro de equipamentos culturais, segundo os procedimentos acima expostos, que puderam ser acompanhados por meio do histórico detalhado de ligações.

As ocorrências foram acompanhadas a partir de controles semanais contendo um resumo da quantidade de equipamentos por última ocorrência em cada estrato. Os demais controles semanais continham informações sobre a quantidade de entrevistas realizadas e faltantes por estrato, além da quantidade de contatos disponíveis, consumidos e que ainda não haviam sido contactados nenhuma vez.

Como uma maneira de reduzir as perdas de entrevistas, caso as ocorrências fossem “Número de telefone errado” ou “Número de telefone não existe”, foram procurados números de telefones alternativos na Internet, tendo como palavra-chave a razão social da instituição. O mesmo procedimento foi realizado com as instituições selecionadas para a amostra que não possuíam número de telefone nos cadastros, com objetivo de viabilizar a realização da entrevista telefônica.

RESULTADO DA COLETA

Ao todo, na pesquisa TIC Cultura 2018 foram abordadas 5.899 instituições, alcançando uma amostra final de 3.065 equipamentos culturais. O percentual de resposta por tipo de equipamento cultural é apresentado na Tabela 4.

TABELA 4
TAXA DE RESPOSTA, POR TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL

Equipamento	Taxa de resposta
Arquivos	71%
Bens tombados	35%
Bibliotecas	54%
Cinemas	42%
Museus	61%
Pontos de cultura	44%
Teatros	55%

ANÁLISE DOS RESULTADOS TIC CULTURA 2018

APRESENTAÇÃO

A pesquisa TIC Cultura chega à segunda edição com novos resultados sobre a apropriação das tecnologias de informação e comunicação (TIC) e seus impactos no campo da cultura no Brasil, mais especificamente nos equipamentos culturais. O estudo teve sua origem em um momento em que o papel da Internet nas práticas culturais dos brasileiros se tornava cada vez mais relevante e estratégico para a ampliação do acesso à cultura. Conforme apontam os dados da pesquisa TIC Domicílios 2017 (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2018) sobre atividades culturais na Internet, o consumo de conteúdos multimídia, como vídeos e músicas, vem se consolidando como a principal ação realizada pelos usuários da rede no Brasil, em conjunto com atividades de comunicação. Contudo, o estudo indica que ainda é baixa a proporção de usuários que utilizam a rede para acessar conteúdos diretamente relacionados às atividades promovidas pelos equipamentos culturais analisados pela pesquisa TIC Cultura, tanto para fruição *on-line*, como ver exposições ou museus pela Internet, quanto para busca de informações para realizar atividades presencialmente, como para ir a cinemas, teatros, museus ou bibliotecas.

Dessa maneira, os dados da TIC Cultura 2018 revelam os desafios dos equipamentos culturais no que tange ao uso das TIC, tendo em vista o grande potencial dessas tecnologias para a divulgação de atividades e bens culturais para a população, para a preservação e difusão de acervos e para a gestão interna das instituições, entre outras possibilidades. A pesquisa traz indicadores a respeito desses temas, iniciando pelo perfil das instituições culturais investigadas. Conforme será detalhado adiante, os desafios variam entre os diferentes tipos de equipamentos culturais, e vão desde a necessidade de melhorias na infraestrutura de TIC, sobretudo entre bibliotecas, até o maior desenvolvimento da digitalização e disponibilização de acervos na Internet, como é o caso dos arquivos e museus.

Em relação à edição anterior da pesquisa (CGI.br, 2017b), foram observadas poucas variações nos indicadores. Tais mudanças estão destacadas nesta análise, junto a novas questões abordadas. Os principais resultados desta edição serão apresentados nas seguintes seções:

- Perfil dos equipamentos culturais;
- Infraestrutura de TIC;
- Uso das TIC;
- Habilidades e percepções sobre o uso das TIC;
- Considerações finais: agenda para políticas públicas.

TIC CULTURA

2018

DESTAQUES

PERFIL DOS EQUIPAMENTOS CULTURAIS

As instituições públicas continuam tendo um papel fundamental no universo de equipamentos culturais brasileiros. Em 2018, elas eram maioria entre bibliotecas (97%), arquivos (80%), museus (72%) e teatros (57%), instituições entre as quais também predominavam recursos provenientes do governo. Por outro lado, eram majoritariamente privados os bens tombados (58%), cinemas (76%) e pontos de cultura (85%) – estes últimos, também promovidos por uma política pública. A pesquisa revela também que a maior parte dos equipamentos culturais, com exceção dos bens tombados, foi criada a partir de 1985, período que coincide com importantes marcos institucionais das políticas culturais brasileiras.

INFRAESTRUTURA DE TIC

Apesar de praticamente universalizado entre arquivos e cinemas (98%), o uso de computadores e da Internet era menor entre outros tipos de equipamentos, como bens tombados e bibliotecas. Já a disponibilização desses recursos ao público era bastante incipiente, não atingindo patamares acima da metade das instituições em nenhum tipo de equipamento cultural. Ainda em relação à infraestrutura de TIC, foram identificadas desigualdades regionais expressivas, que limitam o potencial das instituições na ampliação do acesso à rede por parte da população.

USO DAS TIC

Os equipamentos culturais estavam mais presentes na Internet nas redes sociais do que em *websites*, com destaque para cinemas (83%) e pontos de cultura (79%). Tanto nas redes sociais quanto nos *websites*, predominavam as atividades de postar notícias sobre a instituição ou sobre a programação cultural oferecida. Por outro lado, atividades de transmissão de vídeos ao vivo, formação a distância e digitalização e disponibilização de acervos *on-line* eram menos comuns, indicando que os usos das TIC estavam, em geral, mais voltados ao relacionamento e ampliação do público frequentador das instituições do que ao alcance de novos públicos pela oferta de conteúdos a serem acessados diretamente pela Internet.

HABILIDADES E PERCEPÇÕES SOBRE O USO DAS TIC

As maiores contribuições do uso das TIC reportadas pelos estabelecimentos culturais se relacionavam à divulgação das instituições e de suas atividades, além da melhoria de processos internos. Por outro lado, a principal dificuldade encontrada foi a falta de recursos para investimento na área de tecnologia. A maior parte dos equipamentos culturais não possuía área interna de TI ou contratava serviços de terceiros, exceto entre cinemas. Já para a gestão das redes sociais, mais da metade dos cinemas (71%) e pontos de cultura (53%) contava, em 2018, com área ou pessoa responsável pelo relacionamento com o público nessas plataformas.

PERFIL DAS INSTITUIÇÕES CULTURAIS

Os resultados da TIC Cultura 2018 reforçam o cenário de heterogeneidade das instituições culturais já delineado pela edição anterior da pesquisa (CGI.br, 2017b). Tal característica é fruto tanto da diversidade das atividades desenvolvidas por cada um dos tipos de equipamentos culturais, quanto de atributos institucionais associados à sua natureza jurídica, recursos humanos e financeiros. Como será tratado a seguir, essa heterogeneidade manifesta diferenças também na infraestrutura, no uso e nas habilidades de uso das TIC, indicando a necessidade de políticas públicas focalizadas, de acordo com as missões, finalidades e limitações específicas desses equipamentos.

Com relação à atuação das instituições, a pesquisa indica que é comum elas realizarem atividades variadas, de usos múltiplos, por vezes tornando tênues as fronteiras que as distinguem. Como mencionado no "Relatório Metodológico", a população-alvo da pesquisa é estabelecida a partir de cadastros oficiais disponibilizados por órgãos governamentais. Nesse aspecto, há problemas terminológicos e de definição ainda não devidamente equalizados sobre os equipamentos culturais, apesar dos esforços de se produzir uma ontologia de gestão cultural¹. Tais questões, vale dizer, incidem não somente sobre a gestão das políticas como também na produção de estatísticas, reforçando a importância da adoção de dados abertos, interligados e controlados, na perspectiva da gestão pública, para harmonização das definições e construção de sistemas de monitoramento com padrões compatíveis.

Em termos das atividades desenvolvidas, entretanto, a pesquisa corrobora a especificidade da atuação de cada um dos tipos de equipamentos analisados. Assim, destacaram-se a exibição de filmes entre os cinemas (98%) e a produção ou exibição de peças ou espetáculos (94%) e de shows ou apresentações musicais (90%) entre os teatros. Da mesma forma, a produção ou realização de exposições foi citada pela maioria dos museus (84%), e a realização de atividades de promoção da leitura pelas bibliotecas (77%). Já os pontos de cultura mencionaram principalmente a realização de oficinas ou atividades de formação para o público (93%) e de festas, festivais ou eventos públicos (89%). A realização de seminários, palestras, debates ou encontros foi mais citada por parte dos arquivos (69%) e bens tombados (67%), sendo que estes últimos também mencionaram em proporção semelhante a realização de festas, festivais e eventos públicos (66%)². Cada um desses enfoques implica, assim, diferentes aproveitamentos e finalidades de uso das TIC, como será apresentado adiante.

Além disso, vale lembrar que a distribuição regional das instituições seguiu bastante desigual para a maior parte dos equipamentos culturais, com maior concentração na região Sudeste, principalmente de cinemas (53%), teatros (49%), arquivos (46%) e museus (39%). No caso das bibliotecas e pontos de cultura, além do Sudeste, observou-se forte presença desse tipo de instituição também no Nordeste. Vale notar que estas são as regiões mais populosas do país e

¹ Mais informações no *website* do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC). Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <http://i.cultura.gov.br/vocabulario/>

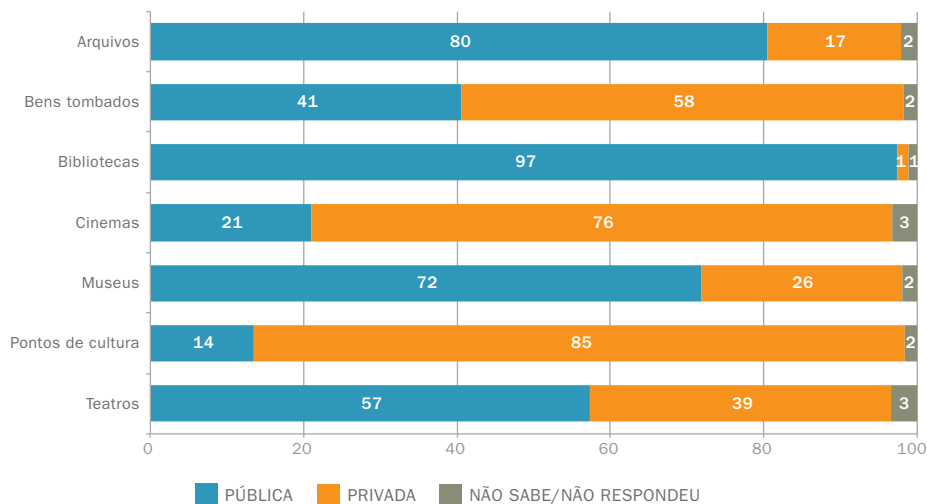
² De acordo com as definições da pesquisa, esse tipo de equipamento cultural é constituído de edificações que permitem visitação e tiveram seu valor reconhecido como patrimônio histórico. Dada a grande variedade dessas instituições, a TIC Cultura 2018 investiga também outras atividades específicas promovidas por elas e voltadas aos visitantes, identificando que 72% realizavam visita guiada ao público e 89% ofereciam informações históricas sobre o equipamento no próprio local.

que esses dois tipos de equipamento foram foco de políticas públicas específicas destinadas à expansão de seu alcance.³

A essa concentração regional dos equipamentos correspondem diferentes oportunidades de acesso à cultura por parte da população, tornando ainda mais evidentes as potencialidades de uso das TIC para expansão desse acesso, bem como a necessidade do desenvolvimento de políticas que atuem nesse sentido. Aqui, cabe a ressalva de que também o acesso à Internet nos domicílios apresenta desigualdades regionais⁴, o que implica em medidas complementares de infraestrutura e para a apropriação das TIC, tanto nas instituições culturais, quanto por indivíduos.

Com relação ao perfil organizacional, a natureza jurídica das instituições constitui elemento-chave para compreender a infraestrutura disponível e a adoção das TIC pelos equipamentos culturais brasileiros. Nesse aspecto, a maior predominância de instituições públicas se deu entre as bibliotecas (97%, entre as quais 93% são públicas municipais)⁵. Além delas, a maior parte dos arquivos (80%) e museus (72%) também é pública (Gráfico 1). O mesmo ocorre com os teatros (57%), que, no entanto, apresentaram uma proporção também relevante de instituições privadas (39%). Já as instituições privadas foram maioria entre pontos de cultura (85%), cinemas (76%) e bens tombados (58%). Os dois primeiros, apesar de predominantemente da iniciativa privada, apresentaram características diferentes: enquanto os cinemas eram majoritariamente instituições com fins lucrativos (70%), os pontos de cultura eram, em sua maioria, entidades sem fins de lucro (83%).

GRÁFICO 1
EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR NATUREZA JURÍDICA (2018)
Total de equipamentos culturais (%)



³ No caso das bibliotecas, conforme estabelecido pela meta 32 do Plano Nacional de Cultura – PNC (Ministério da Cultura [Minc], 2012), buscou-se alcançar ao menos uma biblioteca pública em funcionamento por município em todo o país. Já os pontos de cultura foram reconhecidos tendo em vista a descentralização de recursos públicos e a ampliação do acesso às políticas culturais por manifestações representativas da diversidade cultural brasileira (Minc, 2004).

⁴ A pesquisa TIC Domicílios 2017 revela que, enquanto 69% dos domicílios da região Sudeste possuem acesso à Internet, tal proporção não chega à metade dos domicílios nas regiões Nordeste (49%) e Norte (48%). Ainda, são mencionados como motivos para a ausência de Internet os custos altos (59%) e a falta de disponibilidade do serviço na região do domicílio (28%), dentre outros (CGI.br, 2018).

⁵ O dado reflete, nesse caso, o próprio recorte estabelecido pela pesquisa que, conforme apresentado no “Relatório Metodológico”, aborda as bibliotecas públicas cadastradas no Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP).

As diferenças na natureza jurídica vieram acompanhadas, naturalmente, de disparidades no financiamento das instituições. Em geral, as públicas tiveram como principais fontes de recurso os governos municipais, estaduais ou federal. Os governos municipais foram os mais citados como a principal fonte de recursos entre bibliotecas (70%), museus (40%), teatros (31%) e mesmo entre pontos de cultura (17%), instituições em sua maioria privadas. Já entre cinemas, a principal fonte de recursos foi a venda de produtos ou serviços (68%) e, entre bens tombados, as doações de pessoas físicas (26%).

Ainda com relação ao financiamento, a pesquisa revela que, para a maior parte dos tipos de equipamentos culturais, tanto a realização de atividades de captação de recursos quanto o recebimento de verbas de incentivo fiscal não eram predominantes. A captação de recursos foi bastante comum apenas entre pontos de cultura (68%), instituições, em sua maioria, privadas sem fins lucrativos. Tal proporção não passa de 30% entre os outros tipos de equipamentos culturais, com o percentual mais baixo observado entre bibliotecas (8%). Quanto ao recebimento de recursos provenientes de projetos aprovados por leis ou mecanismos de incentivo fiscal, como a Lei Rouanet⁶, os percentuais não ultrapassam 20%, com destaque para os teatros (18%) e pontos de cultura (16%).

Com relação ao quadro de recursos humanos, a maior parte das instituições culturais brasileiras era de pequeno porte. Entre os tipos de equipamentos que eram em sua maioria públicos, mais de metade possuía menos de dez pessoas trabalhando de forma remunerada nos 12 meses anteriores à pesquisa. Destaca-se o caso das bibliotecas, em que 90% encontrava-se nessa situação, a qual vem se agravando, dada a ausência de concursos públicos e o esvaziamento do corpo funcional. Apenas os arquivos constituíram exceção, possuindo, em sua maioria, mais de dez pessoas remuneradas (52%). Os cinemas, tipo de equipamento com predominância de instituições privadas com fins lucrativos, foram os que apresentaram, em média, maior quantidade de colaboradores remunerados — entre eles, 64% possuíam mais de dez pessoas trabalhando nessa situação. Já entre os pontos de cultura, instituições predominantemente privadas sem fins lucrativos, uma proporção relevante não possuía nenhum funcionário trabalhando de forma remunerada (42%).

Por outro lado, os pontos de cultura contavam com forte presença de pessoas trabalhando de forma voluntária, apresentando, em mais da metade das instituições (52%), de dez a 50 voluntários. Nos outros tipos de equipamentos culturais, a presença de trabalho voluntário era menos comum, ainda que tenha aparecido na maior parte das instituições também entre bens tombados e museus.

Nesta edição, a pesquisa TIC Cultura também passa a levantar dados sobre o ano de fundação dos equipamentos culturais. Sobre esse aspecto, observam-se maiores proporções em períodos mais recentes, a partir da 1985, época que coincide com a redemocratização do país e a

⁶ Lei n. 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac). A lei institui mecanismos de disponibilização de recursos do governo federal para realização de projetos artístico-culturais no Brasil, dentre os quais o mais conhecido é o incentivo fiscal. Mais informações no Portal da Lei Rouanet. Recuperado em 10 dezembro, 2018, de <http://rouanet.cultura.gov.br/o-que-e/>

criação de marcos institucionais relevantes para as políticas culturais brasileiras⁷. No período, foi fundada a maioria dos pontos de cultura (73%), museus (67%), teatros (54%) e arquivos (51%). Já o surgimento de uma proporção relevante de bibliotecas (40%) coincide com a criação do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas e o posterior estabelecimento do Plano Nacional do Livro e da Leitura. A maioria dos cinemas (64%), por sua vez, foi fundada a partir de 2003, período que coincide com o surgimento da Agência Nacional de Cinema (Ancine). Por serem, em grande parte, instituições com importância histórica reconhecida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), os bens tombados se diferenciam dos demais tipos de equipamentos, com datas de fundação que remetem a anos anteriores a 1930 (62%).

Além de revelar o tempo de existência das instituições, tal indicador aponta para a relevância da institucionalidade e das políticas públicas do setor para o desenvolvimento e consolidação dos equipamentos culturais, importantes espaços de preservação, produção e disseminação de bens e serviços culturais. Considerando esse contexto, nas próximas seções serão explorados os indicadores de infraestrutura e uso das TIC pelos equipamentos culturais brasileiros.

INFRAESTRUTURA DE TIC

A investigação da infraestrutura de TIC disponível nos equipamentos culturais abordou a presença e o uso de computadores e Internet, tanto por parte da instituição quanto de seu público frequentador. As diferenças encontradas nesses indicadores acompanham as disparidades já mencionadas no perfil das instituições.

De acordo com os resultados da edição de 2018, estava universalizada a posse de computadores próprios da instituição em arquivos (97%) e cinemas (97%), sendo menor essa proporção em outros tipos de equipamentos culturais, como pontos de cultura (85%) e teatros (78%). Os menores percentuais foram apresentados pelos museus (71%), bibliotecas (63%) e bens tombados (62%).

Ainda sobre a posse de computadores próprios, a maioria das instituições possuía de um a dez computadores, considerando computadores de mesa, *notebooks* ou *tablets*. Somente em arquivos (28%), cinemas (26%) e pontos de cultura (20%) havia uma quantidade maior de computadores próprios, na faixa de 11 a 50, sendo que, entre os arquivos, havia ainda 17% das instituições que contavam com mais de 50 computadores.

Com relação ao uso de computadores, foi possível observar que, de modo geral, a proporção de equipamentos culturais que utilizaram o equipamento nos 12 meses que antecederam a

⁷ Esse foi o período em que se deu a criação do Minc, em 1985, de leis de incentivo fiscal à cultura – como a Lei Sarney (Lei n. 7.505, de 2 de julho de 1986), posteriormente substituída pela Lei Rouanet (Lei n. 8.313, de 23 de dezembro de 1991) –, além de marcos setoriais importantes, como o Conselho Nacional de Arquivos (Lei n. 8.159, de 8 de janeiro de 1991), o Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (Decreto n. 520, de 13 de maio de 1992), a Lei do Audiovisual (Lei 8.685, de 20 de julho de 1993) e a Ancine (Lei n. 10.454, de 13 de maio de 2002). Outras ações relevantes para o campo cultural foram estabelecidas a partir de 2002, como a criação do Programa Cultura Viva, em 2004, oficializado posteriormente como política nacional (Lei n. 13.018, de 22 de julho de 2014), do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), em 2009, do Plano Nacional de Cultura (Lei n. 12.343, de 2 de dezembro de 2010) e do Plano Nacional do Livro e da Leitura (Decreto n. 7.559, de 1º de setembro de 2011).

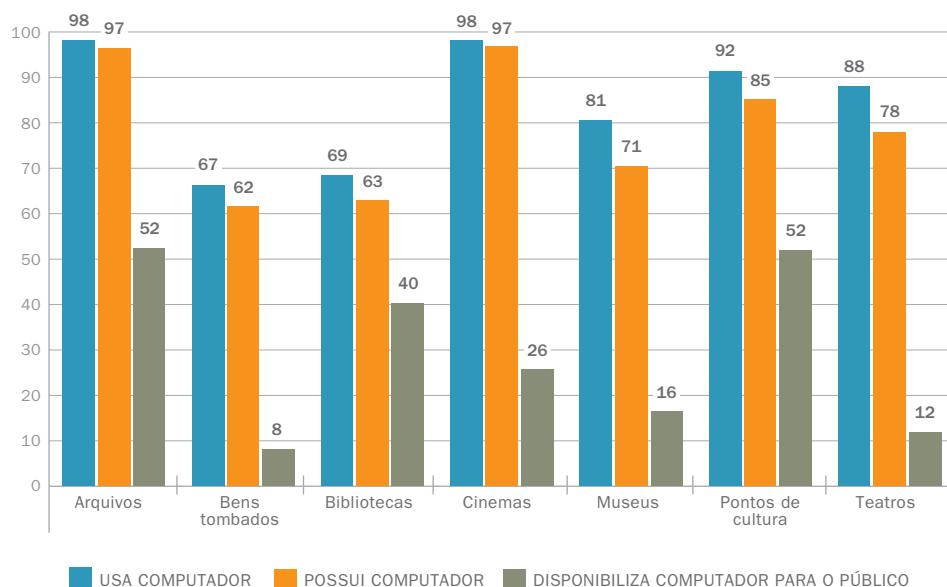
pesquisa era maior do que a proporção daqueles que possuíam computadores, indicando que, em alguns casos, eram utilizados os dispositivos pessoais dos funcionários ou dos voluntários, ou ainda equipamentos pertencentes a outras instituições. Os tipos de equipamentos culturais que mais usaram computadores foram novamente os arquivos (98%), cinemas (98%) e pontos de cultura (92%), em contraposição às bibliotecas (69%) e bens tombados (67%).

Tais resultados reforçam o diagnóstico de que as bibliotecas se configuram como o tipo de equipamento cultural que mais necessita de recursos para o aprimoramento da infraestrutura de TIC, sobretudo tendo em vista a natureza das atividades da instituição, cuja missão está voltada à promoção da leitura e à ampliação do acesso à informação. Nesse aspecto, cabe destacar ainda as desigualdades regionais — enquanto três em cada quatro bibliotecas do Sul possuíam computador (77%), o mesmo ocorria com menos da metade delas nas regiões Norte (45%) e Nordeste (49%). Não por acaso, nessas regiões, o alto custo de aquisição ou manutenção foi apresentado como motivo para o não uso de computador por cerca de um terço das instituições.

Nesta edição da pesquisa, foi investigada pela primeira vez a disponibilização de computadores para o uso do público pelos equipamentos culturais. Os arquivos e pontos de cultura foram os que mais disponibilizaram esses equipamentos (52%), o que reflete não apenas a maior quantidade de computadores na instituição, como também o perfil desses equipamentos, mais associado às atividades de pesquisa e ações comunitárias. Além deles, essa prática era comum também entre bibliotecas (40%), o que pode indicar, em alguns casos, a presença de telecentros. Tal resultado também representa oportunidades para a ampliação do uso das TIC em atividades de leitura e pesquisa por meio de políticas específicas para o setor⁸. Em outros tipos de equipamentos culturais, os resultados sugerem que a disponibilização de computadores para uso do público se distancia da natureza da atividade-fim das instituições, sendo baixas as proporções daquelas que ofereciam o recurso (Gráfico 2). Ainda assim, há potenciais pouco aproveitados de uso desses dispositivos — como, por exemplo, no caso dos museus, em que uma maior presença de computadores poderia ser disponibilizada em áreas expositivas.

⁸ Em 2018, o Minc, representado pelo Departamento de Livro, Leitura, Literatura e Bibliotecas (DLLLLB), divulgou edital de seleção pública para o projeto Bibliotecas Digitais, com o objetivo de apoiar iniciativas de criação do conceito de Biblioteca Digital em bibliotecas públicas estaduais, municipais ou do Distrito Federal. De acordo com o edital, os projetos selecionados deveriam destinar os recursos para aquisição de leitores de livros digitais (*e-readers*) e de licença para acesso a livros em formato digital para leitura nesses aparelhos e em computadores. O objetivo era permitir que os usuários da biblioteca tivessem condições de acessar o acervo digital a ser disponibilizado, além do repositório físico que já é oferecido. Mais informações no *website* do Minc. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <http://cultura.gov.br/documentos/leiturerafuturo-edital-1-bibliotecas-digitais-2018/>

GRÁFICO 2

EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR USO, POSSE E DISPONIBILIZAÇÃO DE COMPUTADOR PARA USO DO PÚBLICO (2018)
Total de equipamentos culturais (%)

Outra informação investigada pela pesquisa que permite avaliar a infraestrutura de TIC disponível nos equipamentos culturais brasileiros é o uso de telefones celulares para fins de trabalho. Os dados revelam o amplo aproveitamento desse dispositivo dentre os diferentes tipos de instituições avaliadas – as maiores proporções foram encontradas em pontos de cultura (83%) e cinemas (77%) –, com exceção das bibliotecas (37%), nas quais o uso se mostrou incipiente.

Com relação à conexão à Internet, a maioria dos equipamentos culturais utilizou a rede nos 12 meses anteriores à pesquisa, sobretudo entre arquivos (98%) e cinemas (98%). Embora o acesso à rede não esteja universalizado, também foram observadas altas proporções entre pontos de cultura (86%) e teatros (83%), estando menos presente entre museus (74%), bibliotecas (66%) e bens tombados (66%). Nas bibliotecas, especificamente, os resultados indicam novamente diferenças relevantes por região geográfica: o uso de Internet era menor no Norte (49%) e Nordeste (51%) em relação ao Sul (83%).

A presença de WiFi ocorria com maior frequência entre cinemas (81%) e pontos de cultura (73%), equipamentos, em sua maioria, de natureza privada. Já entre os majoritariamente públicos a presença de WiFi era menor, como museus (51%) e bibliotecas (46%).

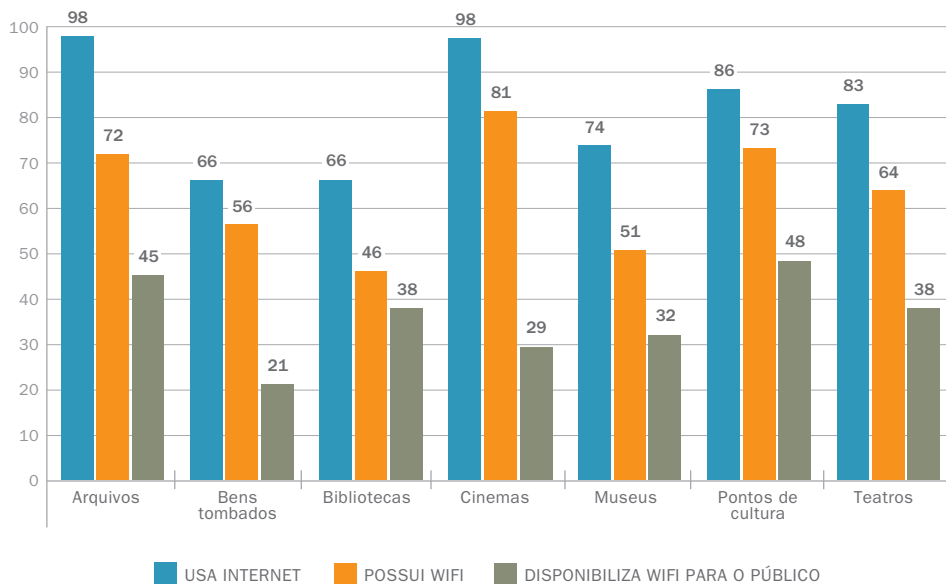
Vale destacar que mesmo em tipos de equipamentos culturais em que era frequente a presença de WiFi, uma pequena proporção de instituições disponibilizava acesso gratuito à conexão para o público (Gráfico 3). Somente entre bibliotecas as proporções de equipamentos que possuíam WiFi (46%) e que disponibilizavam esse recurso para o público (38%) eram próximas. No entanto, ainda é pouco aproveitado o potencial de impacto das bibliotecas na redução das desigualdades no acesso à Internet pela população. Neste sentido, a TIC Domicílios 2017 indica que os percentuais mais baixos de usuários de Internet, bem como as maiores proporções

de usuários da rede exclusivamente via telefone celular, encontram-se nas regiões Norte e Nordeste (CGI.br, 2018). Considerando que as bibliotecas são o tipo de equipamento cultural com maior capilaridade no país, a oferta de conexão WiFi por elas é uma oportunidade a ser melhor explorada pelas políticas públicas.

Além das desigualdades regionais, também foram observadas diferenças relevantes de disponibilização de WiFi para o público entre bibliotecas localizadas em capitais (63%) e em municípios do interior (36%). Estes resultados reforçam o diagnóstico de que ainda há espaço para que estes equipamentos culturais atuem como meios para a redução de desigualdades digitais no país, necessitando, no entanto, de melhorias em sua infraestrutura tecnológica.

GRÁFICO 3

EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR USO DE INTERNET, POSSE DE WIFI E DISPONIBILIZAÇÃO PARA O PÚBLICO (2018)
Total de equipamentos culturais (%)



Os tipos de conexão mais utilizados, de modo geral, foram a conexão via fibra ótica, por arquivos (58%) e cinemas (58%); a conexão via cabo, por teatros (44%), pontos de cultura (38%), museus (32%) e bibliotecas (28%); e a conexão via linha telefônica (DSL), por pontos de cultura (38%), bens tombados (35%) e museus (32%). De todo modo, as disparidades entre os tipos de conexão estão associadas a fatores como localização, distribuição regional e cobertura de acesso, que impactam nos potenciais usos da rede. A fibra ótica, por exemplo, é capaz de transportar mais banda e com maior velocidade, aliada a uma menor perda de pacote, levando a melhorias significativas na qualidade da conexão. No entanto, sua disponibilidade não é uniforme, uma vez que depende da substituição de parte da infraestrutura por fibra, o que pode não ser atrativo economicamente para a empresa provedora, sobretudo em localidades mais afastadas. No caso das bibliotecas, por exemplo, a fibra ótica foi mais mencionada pelas instituições das regiões Sul (40%) e Sudeste (30%), enquanto no Norte e Nordeste foi mais mencionada a conexão via cabo, por 23% e 28% dos equipamentos, respectivamente.

Com relação às velocidades máximas contratadas, em praticamente todos os tipos de equipamentos predominavam as faixas de velocidade até 10 Mbps. Uma exceção foram os cinemas, em que foi possível observar proporções mais expressivas de instituições com conexões de 10 a 50 Mbps (30%) e acima de 50 Mbps (19%). Conforme apresentado adiante, tais resultados incidem, em grande medida, nas atividades realizadas na rede, dado que a baixa velocidade de conexão inviabiliza usos mais sofisticados, a exemplo da transmissão de vídeos ao vivo via *streaming*. Nesse aspecto, portanto, cabe a adoção de políticas de implementação de banda larga efetiva para esses equipamentos culturais.

Entre as instituições que não usam a Internet, a pesquisa aborda ainda os motivos para o não uso, tendo sido ressaltadas as questões de custos e de disponibilidade de conexão. A falta de infraestrutura de acesso na região foi mencionada, por exemplo, por 15% das bibliotecas e 9% dos museus. Aqui, novamente, há desigualdades regionais bastante relevantes: enquanto 30% das bibliotecas do Norte citaram a falta de infraestrutura de acesso na região como motivo para o não uso da Internet, esse percentual foi de apenas 6% entre aquelas do Sul. Já o alto custo de conexão foi mencionado por 12% das bibliotecas, 9% dos pontos de cultura e 8% dos museus, com proporções bastante díspares também em termos regionais. A falta de necessidade, por sua vez, foi motivo mencionado por 16% dos bens tombados e 10% das bibliotecas. Os resultados reforçam, assim, a relevância de investimentos em infraestrutura, mas também colocam em questão a necessidade de políticas para gestão e formação para apropriação e uso das TIC pelos gestores culturais.

USO DAS TIC

A apropriação e uso das TIC são abordados pela pesquisa, em especial, a partir do levantamento de informações sobre as atividades realizadas pelos equipamentos culturais na Internet. Nesse aspecto, foram investigadas atividades de gestão interna e comunicação, governo eletrônico e formas de relacionamento com o público, conforme descrito a seguir. Além disso, a pesquisa traz resultados sobre a presença das instituições na rede, considerando os usos e recursos disponibilizados em diferentes plataformas. Por fim, o estudo trata dos serviços oferecidos por meio das TIC, como a venda ou reserva de ingressos *on-line*, a oferta de formação à distância e a digitalização de acervos.

ATIVIDADES NA INTERNET

Como na edição anterior da pesquisa (CGI.br, 2017b), foi mais comum entre os equipamentos culturais brasileiros o uso da Internet para comunicação e oferecimento de informações para o público. Por outro lado, atividades como treinamento e recrutamento de pessoal e venda de produtos ou serviços seguiram em um patamar inferior, assim como atividades de governo eletrônico. Dessa forma, em 2018, o uso da Internet pelos equipamentos culturais brasileiros seguiu mais voltado para o relacionamento com o público externo do que para o atendimento a demandas institucionais internas referentes ao quadro de recursos humanos e financeiros das organizações.

GESTÃO INTERNA E COMUNICAÇÃO

As atividades relacionadas a comunicação eram mais frequentes entre os tipos de equipamentos culturais que faziam maior uso da Internet. Desse modo, a quase totalidade dos arquivos (97%), cinemas (96%) e pontos de cultura (85%) enviou ou recebeu *e-mails* no ano anterior à pesquisa. No mesmo período, o uso de mensagens instantâneas se deu de maneira expressiva em cinemas (68%) e pontos de cultura (68%). Já o uso de telefone via Internet, como em videoconferências, foi destaque em arquivos (44%), cinemas (43%) e pontos de cultura (42%).

Nesses mesmos tipos de instituições, foram encontradas também as maiores menções à realização de atividades de gestão interna envolvendo o quadro de recursos humanos. Treinar e educar pessoas que trabalham na instituição com uso da Internet foi uma prática mencionada por mais da metade dos arquivos (62%), cinemas (54%) e pontos de cultura (51%), ao passo que a atividade de recrutamento de pessoal interno ou externo com uso da rede, apesar de menos frequente, também foi comum entre cinemas (49%), pontos de cultura (44%) e arquivos (43%).

Entre teatros, museus e, sobretudo, bibliotecas, os percentuais de realização dessas atividades estavam em um patamar inferior, indicando que as atividades mais institucionais foram ainda menos realizadas pelos tipos de equipamentos culturais que apresentaram menores proporções de uso da rede.

Estes indicadores revelam assim uma possibilidade de uso das TIC pouco aproveitada, que poderia impulsionar a capacitação dos gestores culturais e colaborar com o aprimoramento da atuação das instituições. Os resultados também demonstram que algumas desigualdades entre os tipos de equipamentos permanecem, o que corrobora a indicação de que o padrão de uso da rede precisa ser aprimorado, tanto quanto a infraestrutura de TIC.

GOVERNO ELETRÔNICO

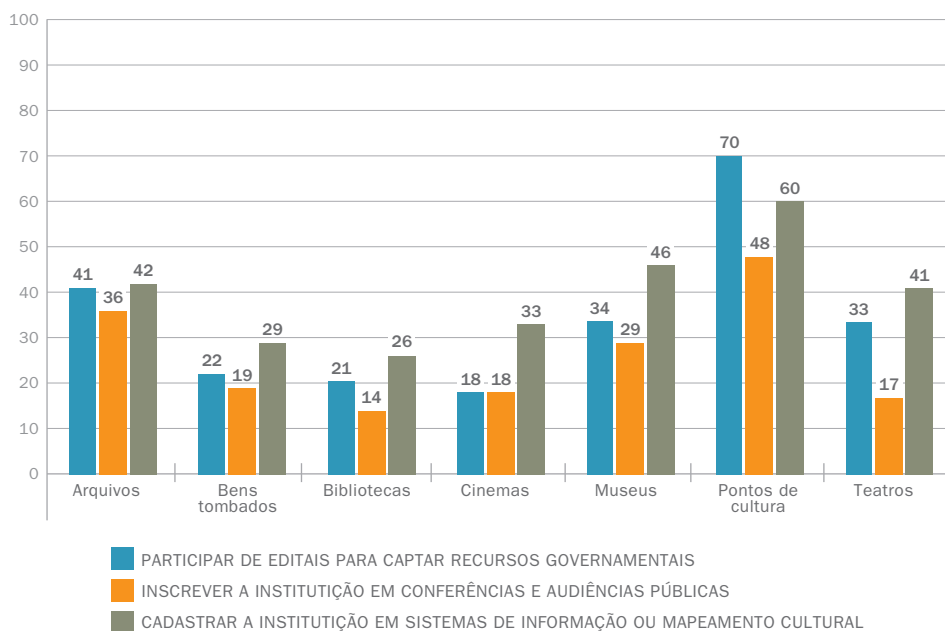
A investigação das atividades de governo eletrônico realizadas pelos equipamentos culturais oferece um panorama da interação entre tais instituições e as políticas públicas. A busca por informações sobre organizações governamentais na Internet nos 12 meses anteriores à pesquisa foi frequente entre todos os tipos de equipamentos culturais, com destaque para arquivos (84%) e pontos de cultura (79%), e proporções expressivas também entre museus (57%), teatros (56%), cinemas (51%), bens tombados (45%) e bibliotecas (42%). Já as atividades de interação com organizações governamentais pela Internet foram mais realizadas por pontos de cultura (58%) e cinemas (45%), instituições de natureza predominantemente privada.

Isso se deve, em especial, às práticas de gestão administrativa e financeira. Nesses casos, se sobressaíram as atividades de busca por informações sobre impostos, realizadas por mais da metade dos cinemas e pontos de cultura, e de pagamento *on-line* de taxas ou impostos (realizadas por 45% dos pontos de cultura e 42% dos cinemas).

Com relação à realização de atividades em *sites* do governo, de modo geral, destacaram-se os pontos de cultura, dada a sua conexão direta com uma política pública. Aqui, há de se levar em conta ainda a questão do financiamento das instituições, predominantemente privadas sem fins lucrativos. Desse modo, a busca de informações para captar recursos governamentais foi mais realizada pelos pontos de cultura (76%), assim como a participação em editais para captar recursos governamentais (70%) – sendo estas instituições também as

que mais realizaram atividade de captação de recursos, conforme mencionado anteriormente. Cabe notar que, mesmo entre os tipos de equipamentos que eram, em sua maioria, públicos, também foi frequente a realização dessas atividades, tendo sido a participação em editais governamentais reportada por mais de um terço dos arquivos, museus e teatros e por cerca de um quinto das bibliotecas (Gráfico 4).

GRÁFICO 4
EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE SERVIÇO DE GOVERNO ELETRÔNICO USADO NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2018)
Total de equipamentos culturais (%)



Outro aspecto relevante nessa interface com o governo diz respeito à participação dos equipamentos culturais em espaços de discussão e deliberação de políticas públicas. A inscrição das instituições em conferências e audiências públicas, por exemplo, foi realizada por quase metade dos pontos de cultura (48%) e por cerca de um terço dos arquivos (36%) e museus (29%).

Além disso, na edição de 2018 da pesquisa foi investigado pela primeira vez o cadastro das instituições em sistemas de informação ou mapeamento cultural⁹, que contribuiu para a geração de dados sobre o cenário cultural brasileiro. Tal atividade foi realizada por 60% dos pontos de cultura, 46% dos museus, 42% dos arquivos, 41% dos teatros e, em menor proporção, por cinemas (33%), bens tombados (29%) e bibliotecas (26%).

Esses indicadores revelam assim questões relevantes sobre o financiamento das instituições, os espaços de participação e a sistematização de dados e informações, aspectos fundamentais para o desenvolvimento das políticas culturais brasileiras, que poderiam se beneficiar com um melhor aproveitamento e uso das TIC.

RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO

As atividades de relacionamento com o público investigadas pela TIC Cultura têm grande destaque dentre as ações realizadas pelos equipamentos culturais na Internet. A oferta de serviços, informações ou assistência ao público ocorreu de maneira bastante expressiva em arquivos (81%), cinemas (79%), pontos de cultura (71%) e teatros (63%), sendo menos frequente em museus (55%), bibliotecas (51%) e bens tombados (48%) – tipos de equipamentos que apresentaram menores proporções de uso das TIC, em geral.

Por outro lado, considerando apenas instituições usuárias de Internet, a oferta de serviços, informações ou assistência ao público se deu de maneira bastante homogênea, indicando que esta prática era muito comum não apenas entre os tipos de equipamentos em que o uso da rede estava universalizado, como também entre aqueles que apresentavam menores proporções de uso da Internet. Como exposto a seguir, as atividades de relacionamento com o público se davam, sobretudo, por meio das plataformas em que as instituições estavam presentes na Internet.

PRESEÇA NA INTERNET

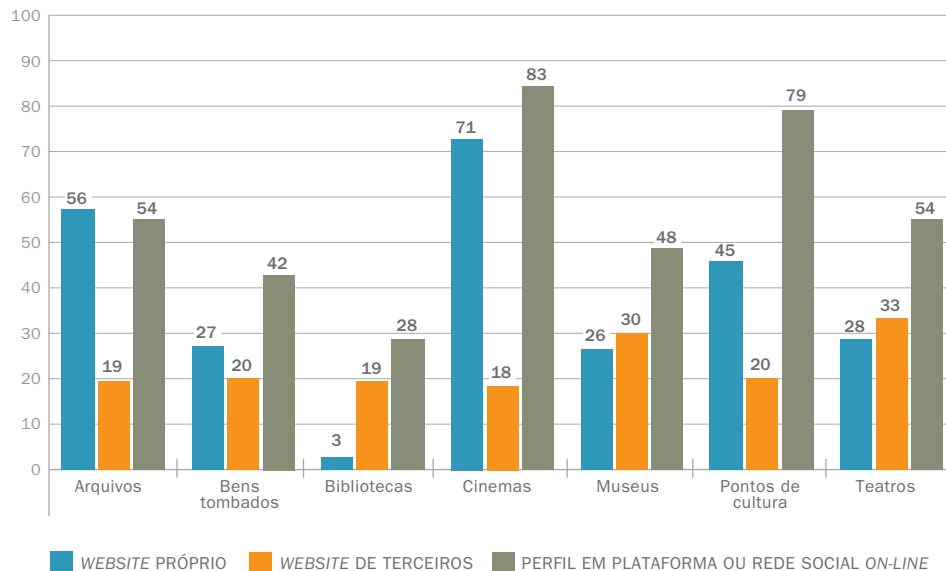
A TIC Cultura traz informações sobre a presença das instituições em plataformas *on-line*, sejam elas *websites* próprios, *websites* de terceiros ou redes sociais. Nesse aspecto, a pesquisa revela que, assim como na edição de 2016 (CGI.br, 2017b), a presença dessas instituições nas redes sociais era mais comum do que por meio de *websites*, exceto entre arquivos, que estavam presentes em proporções semelhantes nos dois tipos de plataformas (Gráfico 5).

⁹ Criado para o monitoramento do Plano Nacional de Cultura (PNC), o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC) é o principal sistema de informação cultural estabelecido no país (Lei n. 12.343, de 2 de dezembro de 2010). O SNIIC visa coletar, sistematizar e interpretar dados, estatísticas, indicadores e outras informações relevantes sobre o campo cultural brasileiro. Parte do SNIIC, como sistema de mapeamento cultural, os Mapas Culturais consistem em uma ferramenta colaborativa que reúne informações sobre agentes, projetos, espaços e eventos culturais, fornecendo um mapa da atividade cultural no Brasil. Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de <http://mapas.cultura.gov.br/>

GRÁFICO 5

EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR *WEBSITE* PRÓPRIO, PRESENÇA EM *WEBSITE* DE TERCEIROS E PERFIL EM PLATAFORMA OU REDE SOCIAL *ON-LINE* (2018)

Total de equipamentos culturais (%)



A existência de *website* próprio era mais comum entre os cinemas (71%), sendo que, nos casos das grandes redes de complexos, as informações de várias unidades da instituição podiam constar em um único *website*. Em contraposição, a proporção de bibliotecas que possuíam *website* próprio era muito pequena (3%), considerando que, na maior parte dos casos, tratam-se de instituições públicas municipais de pequeno porte, que podem não ter estrutura própria ou pessoal capacitado para manter um *website*. No entanto, ao menos as informações básicas, como localização, horário de funcionamento, etc., podem estar disponíveis em *sites* das prefeituras, secretarias ou órgãos públicos administrativamente responsáveis por elas – que estiveram presentes em *websites* de terceiros em proporções semelhantes a outros tipos de equipamentos culturais.

No caso dos teatros (28%), bens tombados (27%) e museus (26%), menos de um terço das instituições estava presente na Internet por meio de *website* próprio. Cabe destacar, aqui, diferenças relevantes de acordo com a natureza jurídica das instituições. Entre os teatros, por exemplo, enquanto 43% das instituições privadas possuíam *website* próprio, o percentual era de 18% entre as públicas.

Os resultados da TIC Cultura 2018 mostram que há uma grande parcela de equipamentos culturais que não estão presentes na Internet, seja por meio de *websites* ou perfis em redes sociais. Esse cenário corrobora alguns dos resultados da TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018), que indicou que uma pequena parcela da população buscou informações na Internet sobre atividades culturais a serem realizadas presencialmente, como para assistir a peças ou espetáculos no teatro (7%), para ir a bibliotecas (6%) e para ir a museus ou exposições (5%). Estes são dados que refletem tanto os hábitos culturais da população de modo mais amplo,

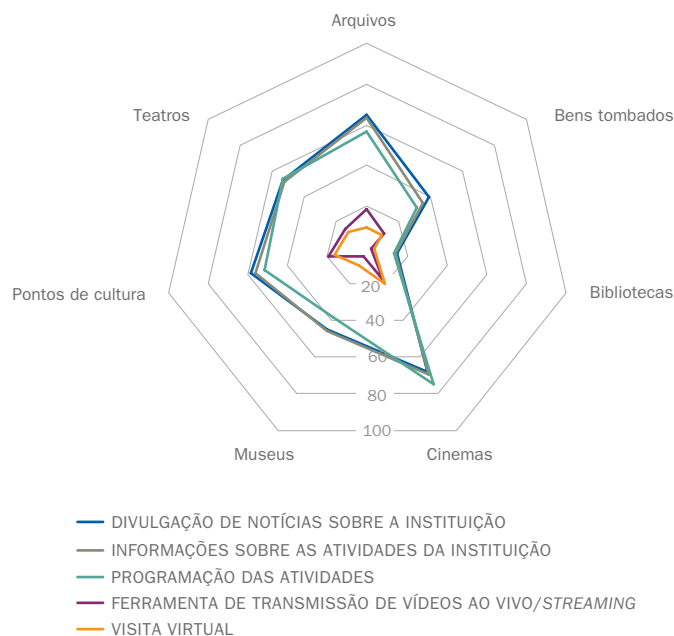
quanto a baixa presença das instituições na rede. Nesse sentido, iniciativas que visem ampliar essa presença na Internet poderiam contribuir para o aumento do acesso da população a informações sobre as atividades realizadas por esses equipamentos, incentivando, em última instância, o público a frequentá-las.

RECURSOS OFERECIDOS EM WEBSITES

Para além da presença na Internet em *websites* próprios ou de terceiros, a pesquisa TIC Cultura investiga também os recursos disponibilizados pelos equipamentos culturais por meio dessas ferramentas. Nesse aspecto, nota-se que, a despeito dos diferentes níveis de apropriação das TIC, os recursos mais frequentes nos *websites* destinam-se à divulgação de informações sobre o que ocorre na instituição, mais do que à difusão de bens e serviços culturais pela Internet.

Assim, a divulgação de notícias sobre a instituição, de informações sobre as atividades da instituição e da programação das atividades disponíveis aos usuários estavam presentes em mais da metade dos *websites* de arquivos, cinemas, pontos de cultura e teatros (Gráfico 6). Por outro lado, estavam menos presentes ferramentas que poderiam ampliar o acesso às atividades e aos equipamentos culturais remotamente — como a transmissão de vídeos ao vivo ou a possibilidade de visita virtual. Entre museus, por exemplo, apenas 10% das instituições disponibilizavam o recurso de visita virtual em seus *websites*¹⁰.

GRÁFICO 6
EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR RECURSOS OFERECIDOS EM WEBSITES PRÓPRIOS OU DE TERCEIROS (2018)
Total de equipamentos culturais (%)



¹⁰ Esse cenário é reiterado pela TIC Domicílios 2017, que indica que apenas 11% dos usuários de Internet brasileiros visitaram exposições ou museus pela Internet (CGI.br, 2018). Além de refletir o baixo interesse da população por tais atividades, o resultado também indica a baixa oferta do recurso de visita virtual por parte das instituições.

Embora seja possível identificar recursos mais comuns oferecidos nos *websites* de todos os tipos de equipamentos culturais, alguns deles também variaram de acordo com a natureza das atividades das instituições. Assim, os arquivos foram os que mais disponibilizaram publicações e estudos, e catálogos do acervo (42% para ambos os recursos). Formulários para inscrição em cursos e formações foram encontrados mais comumente em *websites* de pontos de cultura (29%) e teatros (28%), que foram também os equipamentos que apresentaram maior oferta de atividades de formação. Já a disponibilização de lista de produtos ou serviços vendidos ou oferecidos gratuitamente pela instituição foi mais frequente entre cinemas (41%), tipo de equipamento cultural que mais utilizava a Internet para venda de produtos ou serviços e que possuía nesta a sua principal fonte de recursos.

Além disso, de modo geral, comparando os diferentes tipos de equipamentos culturais, foi possível observar que tais plataformas se mostram mais completas entre aqueles que fazem uso mais intenso das TIC, os quais possuem uma maior variedade e sofisticação dos recursos disponíveis nos *websites*. A disponibilidade de recursos de acessibilidade digital, por exemplo, apresentou maiores proporções entre cinemas (33%) e arquivos (20%), sendo ainda mais incipiente entre os demais tipos de equipamentos culturais.

De qualquer modo, cabe destacar que os *websites* eram utilizados pelos equipamentos culturais mais para atrair o público a frequentar presencialmente as instituições do que para alcançar novos públicos diretamente pela oferta de conteúdos *on-line*. Assim, uma das principais potencialidades do uso das TIC no campo da cultura – a saber, a possibilidade da população ter acesso a bens e serviços culturais sem se deslocar até a instituição produtora, exibidora ou que detém a guarda dos mesmos –, não estava sendo plenamente utilizada no Brasil, país de dimensões continentais e com significativa concentração dos equipamentos culturais em determinadas regiões e centros urbanos, como destacado anteriormente.

USO DAS PLATAFORMAS E REDES SOCIAIS ON-LINE

Em 2018, as plataformas e redes sociais *on-line* eram a forma mais utilizada pelos equipamentos culturais de diversos tipos para estarem presentes na Internet. Ter um perfil próprio em redes sociais representava uma alternativa para teatros (54%), museus (48%) e bibliotecas (28%), uma vez que era baixa a proporção de instituições desse tipo que possuíam *websites* próprios. Entretanto, exceto no caso dos cinemas (83%) e pontos de cultura (79%), ainda era grande a parcela de instituições que não estavam presentes em redes sociais, que são importantes meios para a obtenção de informação sobre atividades culturais entre os brasileiros, conforme apontam os resultados do estudo qualitativo *Cultura e tecnologias no Brasil* (CGI.br, 2017a). Além disso, também no caso das redes sociais, havia diferenças relevantes conforme a localidade das instituições – por exemplo, estavam mais presentes nessas plataformas os museus das capitais (62%), em comparação àqueles do interior (42%).

De acordo com os resultados da TIC Cultura 2018, a maior parte dos perfis das instituições concentrava-se em redes sociais como o Facebook ou YahooProfile, com proporções que chegavam a três quartos dos cinemas (79%) e pontos de cultura (75%) e a metade dos teatros (51%) e arquivos (49%). Outras plataformas se mostravam mais relevantes para determinados tipos de equipamentos culturais, como o YouTube ou Vimeo, entre pontos de cultura (44%), e o Flickr ou Instagram, entre cinemas (47%) e pontos de cultura (32%). Tal uso, mais uma vez,

relaciona-se ao perfil das instituições e ao tipo de atividades realizadas – os pontos de cultura, por exemplo, foram os que apresentaram maiores proporções para a atividade de produção de conteúdos audiovisuais (64%), prática estimulada também pela própria política que os reconheceu.¹¹

Dentre as instituições que possuíam perfis em plataformas ou redes sociais *on-line*, os cinemas e pontos de cultura apresentaram as maiores proporções de realização das atividades analisadas. Como no caso dos *websites*, os usos das redes sociais também reforçaram o enfoque no relacionamento com os públicos, tendo se destacado as atividades de divulgar a programação e de postar notícias sobre a instituição, realizadas por cerca de três em cada quatro cinemas e pontos de cultura. Tais resultados refletem tanto os maiores percentuais de uso da rede por esses equipamentos, quanto o maior uso para esta finalidade por instituições que trabalham com a oferta de programação cultural regular e tem maior interação com o público.

O uso das plataformas está, portanto, também em consonância com o perfil das instituições. Assim, outras atividades bastante realizadas nas redes sociais pelos pontos de cultura foram postar informações para prestação de contas (56%), captar recursos (54%) e divulgar ações e campanhas de outras instituições (51%), referendando a natureza sem fins lucrativos dessas entidades e sua atuação em rede. Já entre cinemas, teve destaque a venda de produtos ou serviços nas redes sociais (50%), também mencionada como a principal fonte de recursos de boa parcela desses equipamentos.

SERVIÇOS OFERECIDOS AO PÚBLICO POR MEIO DAS TIC

Além da divulgação de informações sobre as atividades que ocorrem nas instituições, o processo de apropriação das TIC pelos equipamentos culturais passa ainda por identificar como eles disponibilizam serviços para o público pela Internet. Estes envolvem desde ações para facilitar o acesso às atividades presenciais, como a venda de ingressos *on-line*, até a ampliação do acesso remoto, seja por meio da oferta de formação a distância, seja pela disponibilização de acervos na Internet.

VENDA OU RESERVA DE INGRESSOS ON-LINE

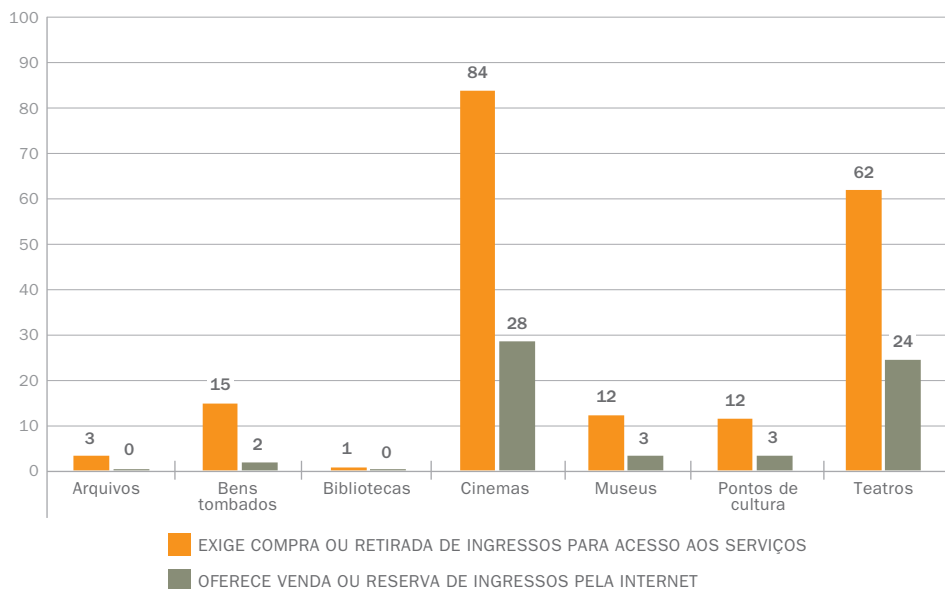
A venda de produtos ou serviços pela Internet, de modo geral, ocorria majoritariamente somente entre cinemas (57%), chegando a proporções próximas de um terço das instituições entre pontos de cultura (30%) e teatros (25%). Nesse caso, os resultados dialogam não apenas com o nível de infraestrutura e uso das TIC entre os diversos tipos de equipamentos culturais, mas também com o perfil das atividades e fontes de recurso das instituições.

A exigência de compra ou retirada de ingressos para acesso aos serviços das instituições, mais especificamente, era comum apenas entre cinemas (84%) e teatros (62%), com percentuais

¹¹ Parte do programa Cultura Viva, a ação de cultura digital permitia o acesso a um conjunto de equipamentos voltados à produção audiovisual, por meio da destinação dos recursos para compra de *kits* multimídia, compostos por filmadoras, câmeras fotográficas e computadores com *software* livres específicos para a edição de imagens, áudio e vídeo. Com isso, a iniciativa buscava estimular a produção e difusão de conteúdos representativos da diversidade cultural brasileira pela Internet. Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 14 janeiro, 2019, de: <http://culturaviva.gov.br/>

que não ultrapassavam 15% entre os demais tipos de equipamentos culturais (Gráfico 7). Contudo, mesmo com a maior parte dos cinemas e teatros exigindo ingressos, o oferecimento de venda ou reserva pela Internet alcançava apenas cerca de um quarto das instituições, em ambos os casos.

GRÁFICO 7
EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR EXIGÊNCIA DE COMPRA OU RETIRADA DE INGRESSOS E OFERECIMENTO DE VENDA OU RESERVA DE INGRESSOS PELA INTERNET (2018)
Total de equipamentos culturais (%)



Entre os cinemas, 18% ofereciam o serviço no *website* da instituição, mesmo percentual observado em *websites* e aplicativos de terceiros, além de 10% em aplicativo próprio. Tal oferta relaciona-se ainda à existência dessas plataformas, sendo os cinemas os que mais possuíam *website* próprio (71%) e ofereciam aplicativos para celular ou *tablet* (30%)¹². Entre os teatros, que apresentavam menores proporções de *websites* próprios (28%) e aplicativos (5%), o serviço de venda ou reserva de ingressos era oferecido principalmente em plataformas de terceiros, sendo 19% em *websites* e 16% em aplicativos.

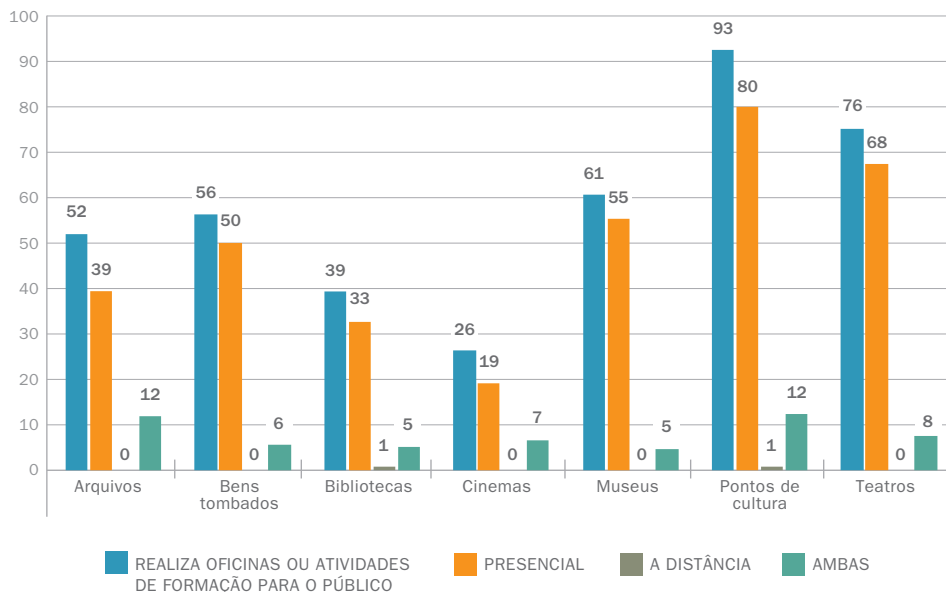
FORMAÇÃO A DISTÂNCIA

Ainda em relação a serviços oferecidos ao público, a pesquisa investiga a oferta de oficinas ou atividades de formação, nas modalidades presencial e a distância. Em 2018, grande

¹² A oferta de aplicativos para celular ou *tablet* não ultrapassou o percentual de 10% entre os demais tipos de equipamentos culturais, indicando certo anacronismo no desenvolvimento dessas tecnologias, sobretudo tendo em conta que o acesso à Internet pela população se dá, cada vez mais, por dispositivos móveis. De acordo com a TIC Domicílios 2017, 96% dos usuários de Internet acessam a rede pelo telefone celular, sendo 49% destes usuários exclusivos de telefone celular (CGI.br, 2018).

parte das instituições realizavam oficinas ou atividades de formação, independentemente da modalidade, sendo que, em pontos de cultura (93%), teatros (76%), museus (61%), bens tombados (56%) e arquivos (52%), foram verificadas as proporções mais relevantes (Gráfico 8). No entanto, a oferta de formação a distância por meio das TIC se mostrou ainda bastante incipiente no campo cultural. As proporções mais altas de oferta desse tipo de serviço foram encontradas entre arquivos e pontos de cultura, entre os quais 12% das instituições realizavam oficinas ou atividades de formação em ambas as modalidades (presencial e a distância). Já a oferta de cursos exclusivamente presenciais foi mencionada por 80% dos pontos de cultura e por 68% dos teatros, por exemplo.

GRÁFICO 8
EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR MODALIDADE DE OFICINAS OU ATIVIDADES DE FORMAÇÃO OFERECIDAS PARA O PÚBLICO (2018)
Total de equipamentos culturais (%)



Dado a relevância das instituições culturais para a oferta de atividades de formação, os baixos percentuais de uso das TIC para o desenvolvimento de tais atividades indicam uma oportunidade para o setor, sobretudo tendo em vista o aprofundamento de sua atuação e o alcance de novos públicos.

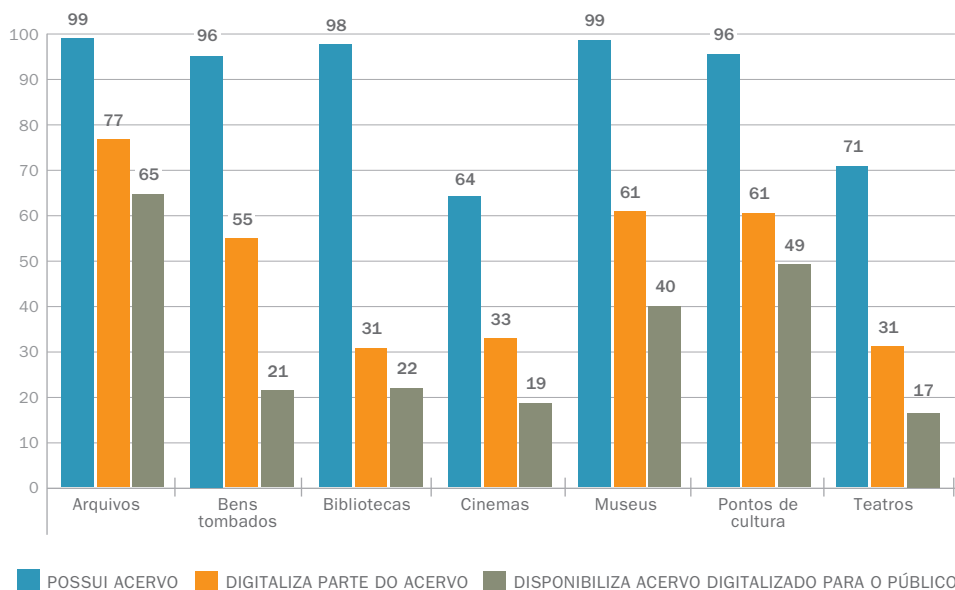
DIGITALIZAÇÃO DE ACERVOS

Dentre as possibilidades de uso das TIC pelos equipamentos culturais, a digitalização dos acervos tem papel estratégico, seja como forma de preservação dos materiais sob guarda das instituições, seja como etapa crítica para a disponibilização dos bens culturais para o público em meios digitais. O cenário desse tipo de uso da tecnologia, no entanto, segue semelhante ao

apresentado pela pesquisa na edição de 2016, havendo ainda grandes desafios para o pleno aproveitamento das TIC para a preservação e difusão de acervos pela Internet (CGI.br, 2017b).

De acordo com os resultados da pesquisa, em 2018 os acervos estavam presentes em praticamente todas as instituições, com percentuais que ultrapassavam 95% entre os diversos tipos de equipamentos, com exceção de cinemas e teatros que, em geral, não têm em sua missão primordial a guarda e disponibilização de acervos (Gráfico 9). Os tipos de materiais mais presentes acompanhavam a heterogeneidade do perfil das instituições analisadas, com importantes variações de acordo com as características dos equipamentos culturais. Assim, entre arquivos, eram mais comuns acervos de documentos oficiais históricos ou registros arquivísticos (93%) e manuscritos ou documentos originais (89%). Entre bens tombados, destacavam-se os acervos de esculturas e instalações e de móveis, objetos artesanais, roupas, moedas ou objetos de uso diário (ambos presentes em 65% das instituições), além de desenhos, pinturas ou gravuras (64%). Entre bibliotecas, 95% possuíam acervos de livros, revistas ou jornais. Entre museus, apesar de apresentarem altos percentuais para os diversos tipos de acervo, destacavam-se as fotografias, cartazes, mapas ou partituras, presentes em 79% das instituições, tipo de material que também teve destaque entre pontos de cultura (70%), teatros (46%) e cinemas (40%). Filmes ou gravações de vídeo, por sua vez, estavam mais presentes entre pontos de cultura (72%) e cinemas (40%).

GRÁFICO 9
EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR POSSE, DIGITALIZAÇÃO E DISPONIBILIZAÇÃO DE ACERVO DIGITALIZADO PARA O PÚBLICO (2018)
Total de equipamentos culturais (%)



Já a digitalização dos acervos se dava em uma proporção bastante inferior em relação ao percentual das instituições que possuíam acervo em todos os tipos de equipamentos culturais, sobretudo entre bibliotecas. Essa realidade está associada ao nível de infraestrutura e apropriação das TIC revelados pela pesquisa, uma vez que recursos tecnológicos e humanos são determinantes para viabilizar processos de digitalização de acervos, além das questões relativas aos direitos autorais das obras¹³ e aos procedimentos específicos relacionados a isso no processo de digitalização.

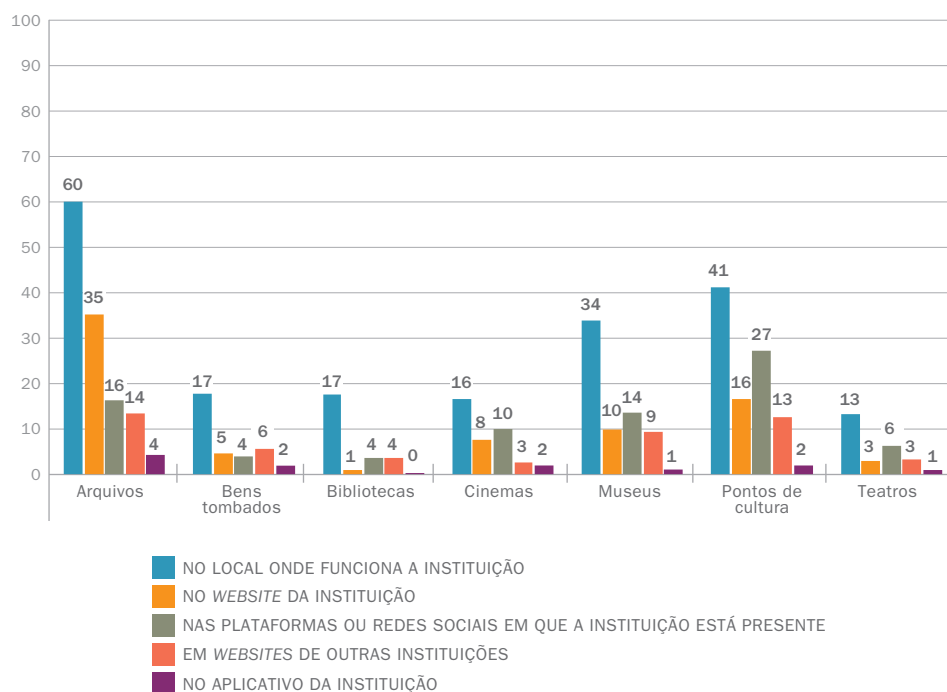
Ainda assim, a digitalização estava presente na maioria das instituições entre arquivos (77%), museus (61%), pontos de cultura (61%) e bens tombados (55%). No entanto, os dados também demonstram que, mesmo entre arquivos, instituições que mais realizavam digitalização, ainda era pequena a proporção de acervo digitalizado em relação ao total do repositório pertencente à instituição: menos da metade dos acervos de documentos oficiais históricos ou registros arquivísticos (48%) e manuscritos ou originais (43%) estavam digitalizados.

Além disso, a digitalização nem sempre corresponde à disponibilização do acervo digitalizado para o público, indicando ser essa uma estratégia muitas vezes utilizada mais para a preservação dos materiais do que para a sua difusão. Entre bens tombados e museus, sobretudo, a diferença entre a proporção de instituições que digitalizavam acervo e que disponibilizavam acervo digitalizado para o público passava de 20 pontos percentuais.

A pesquisa demonstra ainda que, em geral, uma parcela pequena das instituições que digitalizavam acervos disponibilizavam tais conteúdos pela Internet, independentemente da característica do equipamento cultural. A disponibilização dos acervos digitalizados para o público entre todos os tipos de equipamentos se dava principalmente no local onde funciona a instituição (Gráfico 10), uma prática que possibilita a preservação, mas tem pouco potencial de disseminação. A oferta de conteúdos digitalizados pela Internet ocorria mais frequentemente nos arquivos, entre os quais 35% o faziam por meio de *websites* próprios, e nos pontos de cultura, com 27% disponibilizando os materiais nas plataformas ou redes sociais em que a instituição estava presente. Entre museus, apenas 10% ofereciam acervo digitalizado em *website* da instituição e 14% em plataformas ou redes sociais *on-line*.

¹³ A legislação brasileira sobre direitos autorais exige a autorização prévia dos autores para reprodução parcial ou integral de obras literárias, artísticas ou científicas em qualquer forma tangível, incluindo qualquer armazenamento permanente ou temporário por meios eletrônicos (Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998).

GRÁFICO 10
EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FORMA DE DISPONIBILIZAÇÃO DE ACERVO DIGITALIZADO PARA O PÚBLICO (2018)
Total de equipamentos culturais (%)



O maior desafio para a digitalização de acervos no país, de acordo com a TIC Cultura 2018, é a falta de financiamento, dificuldade mais citada entre todos os tipos de equipamentos analisados na pesquisa, mesmo entre aqueles em que a digitalização estava mais presente, como arquivos (56%), museus (48%) e pontos de cultura (52%). Outro obstáculo mencionado constantemente foi a falta de equipe qualificada, citado como principal dificuldade por 27% dos gestores das bibliotecas e por um em cada quatro dos museus (24%). Tal dificuldade pode estar relacionada, nesse caso, à ausência de formação específica para gestão e difusão de acervos no universo digital, seja do ponto de vista técnico da digitalização em si, seja no que se refere à legislação de direitos autorais.

Por fim, outra atividade que auxilia os equipamentos culturais na divulgação do conteúdo de suas coleções é a disponibilização de catálogos do acervo pela Internet. Contudo, esse tipo de iniciativa, investigada pela primeira vez nessa edição da pesquisa, também estava pouco difundida entre as instituições pesquisadas, com o maior percentual observado entre arquivos (38%). Entre museus, apenas 15% ofereciam seus catálogos na rede, proporção que chegava a 12% entre bibliotecas, com disparidades importantes em termos de localização, uma vez que o percentual chegou a 70% entre bibliotecas de capitais, frente a apenas 9% entre aquelas do interior.

Esses dados enunciam desafios importantes às instituições culturais brasileiras para a democratização do acesso aos seus acervos, tanto no que se refere à infraestrutura TIC e presença das instituições na rede, quanto a questões institucionais relativas aos recursos financeiros e à formação dos recursos humanos para a digitalização.

HABILIDADES E PERCEPÇÕES SOBRE O USO DAS TIC

Além de indicadores sobre infraestrutura e padrões de uso das tecnologias entre os equipamentos culturais, a TIC Cultura investiga as habilidades e percepções sobre esse uso nas instituições. O estudo traz dados sobre gestão e formação em TI, desenvolvimento e uso de *software*, além de motivações e dificuldades no uso de computador e Internet. Tais resultados ajudam a compreender o cenário anteriormente apresentado, colocando em evidência a necessidade de investimentos para o desenvolvimento da gestão e capacitação na área tecnológica para o maior aproveitamento das TIC no campo cultural.

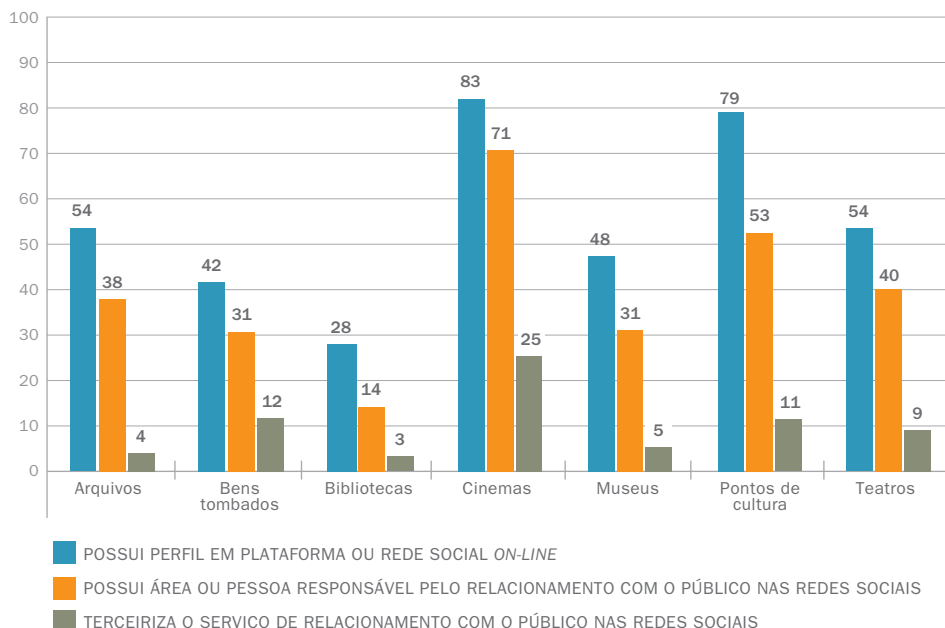
GESTÃO DE TI

As características relativas à gestão de TI entre os equipamentos culturais brasileiros tendem a acompanhar os principais resultados relativos à infraestrutura e ao uso das TIC. Desse modo, da mesma forma que apresentaram menor uso e infraestrutura de TIC mais precária, bibliotecas (21%), bens tombados (15%) e museus (14%) foram os tipos de equipamentos entre os quais se observou a menor presença de área de TI. Nesses casos, tampouco a gestão de TI era realizada por empresas terceirizadas, sendo também baixos os percentuais de contratação de serviços de TI entre museus (18%) e bibliotecas (15%). Por outro lado, a presença de gestão de TI profissionalizada era maior entre arquivos e cinemas, seja pela existência de áreas ou departamentos internos (48% entre cinemas e 37% entre arquivos) ou, em maior medida, por meio da contratação de serviços dessa natureza (65% entre cinemas e 42% entre arquivos).

A pesquisa volta a investigar também a oferta de cursos de formação em informática e para o uso de computador e Internet para as equipes que atuam nas instituições, uma iniciativa estratégica no processo de apropriação das TIC e bastante crítica, considerando a realidade dos equipamentos culturais brasileiros. Os resultados reforçam o cenário revelado pela edição anterior do estudo (CGI.br, 2017b), indicando o baixo investimento das instituições nesse sentido. Assim, treinamentos internos foram mais comuns do que a oferta de cursos externos, com percentuais mais elevados entre cinemas (43%), arquivos (34%) e pontos de cultura (27%), mas com proporções que não ultrapassavam 20% entre os demais tipos de equipamentos culturais.

A TIC Cultura 2018 também investiga pela primeira vez como os equipamentos culturais gerem sua relação com o público via redes sociais. A existência de área ou pessoa responsável pelo relacionamento com o público nas redes foi mencionada em 71% dos cinemas, em cerca de metade dos pontos de cultura (53%) e em 40% dos teatros, indicando a relevância estratégica desses recursos para instituições que trabalham com uma programação regular de eventos. Sendo as redes sociais importantes fontes de informação para o público, o dado pode estar relacionado ao uso das redes para divulgação dessas atividades, como visto anteriormente. Ao contrário do que ocorre com a gestão de TI, os percentuais de equipamentos que terceirizavam o serviço de contato com o público via redes sociais, em geral, foram mais baixos do que daqueles que possuíam área ou pessoa responsável pelo serviço internamente (Gráfico 11).

GRÁFICO 11

EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR RESPONSÁVEL PELO RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO NAS REDES SOCIAIS (2018)
Total de equipamentos culturais (%)

Com relação ao desenvolvimento dos *websites* das instituições, a pesquisa aponta a importância de prestadores de serviço contratados para esse fim entre cinemas (43%), além da relevância de outros membros da equipe que não da área de TI entre arquivos (39%). O desenvolvimento de *websites* pela área de TI ocorria com mais frequência entre essas mesmas instituições, mas, ainda assim, foi constatado em apenas um em cada cinco arquivos e cinemas (20%). Ademais, esse indicador revela também a importância dos voluntários para os pontos de cultura, uma vez que foram eles os desenvolvedores dos *websites* em 21% dessas instituições.

No que se refere ao desenvolvimento de *software*, a TIC Cultura 2018 mostra que era menos comum o uso de *software* desenvolvido pela própria instituição, com percentuais mais altos apenas entre arquivos (40%) e cinemas (33%), mas em proporções que não passavam de cerca de um quinto das instituições entre os demais tipos de equipamentos culturais. Quanto aos tipos de *software* utilizados, foi mais frequente o uso daqueles por licença de uso entre os cinemas (66%), arquivos (62%) e teatros (42%). Por outro lado, o uso de *software* por licença livre se destacou principalmente entre pontos de cultura (49%), entre os quais a utilização de *software* desse tipo foi mais frequente do que por licença de uso (42%) – resultado que, em boa medida, também é fruto do estímulo da política no desenvolvimento das ações de cultura digital.

Os usos mais comuns desses *software* foram investigados pela primeira vez nesta edição da pesquisa, trazendo mais um dado que ajuda a evidenciar as especificidades na atuação de cada tipo de equipamento cultural. Assim, a utilização de *software* para a catalogação de acervos esteve presente principalmente entre arquivos (63%), mas também entre as bibliotecas (36%) e museus (31%), instituições que têm nesses repositórios a centralidade de sua atuação. Já o uso

de *software* para a criação e edição de conteúdos audiovisuais foi citado por praticamente a metade dos pontos de cultura (47%), entre os quais se destacaram também outros usos, como a produção de eventos (36%) e o mapeamento de espaços e agentes culturais (27%). Já uma finalidade citada mais frequentemente pelos diversos tipos de equipamentos culturais foi a de armazenar arquivos digitais, presente em 60% arquivos, 45% dos cinemas e pontos de cultura e em cerca de um terço dos museus (33%) e teatros (32%).

Tais resultados apontam novamente que o uso das TIC entre os equipamentos culturais estava mais voltado ao relacionamento com o público para divulgação de suas ações e informações na Internet, sobretudo via redes sociais, do que para outros aproveitamentos que demandariam uma atuação mais especializada na área de TI e uma maior capacitação de pessoal para uso das tecnologias – por exemplo, para o desenvolvimento de *websites* ou *software*.

Assim, no que diz respeito à gestão de TI, os dados evidenciam a necessidade da adoção de uma política integrada para o setor. Mais do que ter uma área técnica para resolução de problemas no uso de computador e Internet, as instituições precisam desenvolver um pensamento estratégico a respeito de sua presença na Internet e de sua atuação por meio das TIC, de acordo com seus perfis e missões específicas.

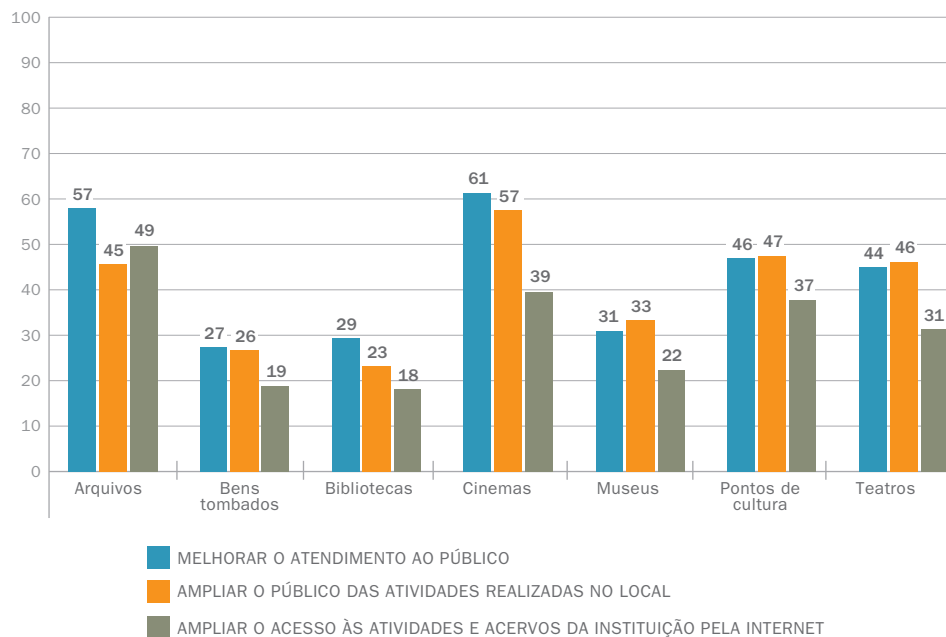
BARREIRAS E MOTIVAÇÕES PARA O USO DAS TIC

A pesquisa TIC Cultura volta a investigar também as percepções sobre motivações e barreiras para o uso das TIC entre equipamentos culturais, trazendo dados fundamentais para a identificação dos aspectos mais benéficos do uso das tecnologias para as instituições, assim como das dificuldades para o alcance de todo o potencial que elas podem oferecer ao segmento cultural. De acordo com os resultados de 2018, na percepção dos gestores, a contribuição do uso de computador e da Internet se dava principalmente na promoção da visibilidade das instituições e de suas atividades e no relacionamento com o público que frequenta os equipamentos culturais. Além disso, do ponto de vista da gestão das instituições, foram mencionadas também as contribuições na melhoria de processos internos.

A promoção das instituições e de suas ações se mostrou relevante, dado que grande parte dos gestores dos diversos tipos de equipamentos culturais mencionou que as tecnologias contribuíram muito para tornar a instituição mais conhecida e para divulgar suas ações e projetos, citadas, em especial, por mais da metade dos arquivos, cinemas, pontos de cultura e teatros. Tais motivações relacionam-se, por sua vez, aos usos das TIC já destacados anteriormente, sobretudo em relação à divulgação das atividades, notícias e programação dos equipamentos culturais em *websites* e redes sociais.

As contribuições para a melhoria do atendimento ao público e para a ampliação de visitantes em atividades realizadas no local foram, em geral, mencionadas em maiores proporções pelos gestores das instituições do que a perspectiva de ampliação do acesso às atividades e acervos da instituição pela Internet (Gráfico 12). Esse é um dado que reforça o diagnóstico de que o uso das TIC está voltado, em especial, para o relacionamento com o público (ou potencial público) frequentador dos equipamentos culturais, mais do que para a ampliação desse público por meio de bens e serviços oferecidos diretamente pela Internet.

GRÁFICO 12
EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR ALTO GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET
PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2018)
Total de equipamentos culturais (%)



Por outro lado, a contribuição das TIC para a melhoria de processos internos também se mostrou relevante, destacando-se, em especial, o aumento da agilidade e da eficiência do trabalho e a melhoria da comunicação interna, mencionados por mais da metade dos arquivos, cinemas e pontos de cultura e por uma proporção considerável de teatros (47% e 41%, respectivamente) e museus (38% e 33%, respectivamente).

Quanto às principais barreiras relatadas pelos gestores dos equipamentos culturais para o uso de computador e Internet, os fatores mais citados estiveram relacionados a questões de financiamento. A existência de poucos recursos financeiros para investimento na área de tecnologia foi citada como principal dificuldade por metade dos pontos de cultura (51%), dois em cada cinco arquivos (41%), cerca de um terço dos bens tombados (34%) e museus (31%), e também por parcela importante dos teatros (29%), bibliotecas (25%) e cinemas (19%). Outro fator citado com frequência como principal dificuldade para o uso de computador e Internet foi a baixa velocidade na conexão de Internet, sobretudo entre cinemas (22%), ratificando a necessidade de melhorias na infraestrutura de Internet disponível para os equipamentos culturais do país.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: AGENDA PARA POLÍTICAS PÚBLICAS

A pesquisa TIC Cultura 2018 aprofunda e corrobora o diagnóstico apresentado na edição anterior do estudo: a necessidade de ações específicas para cada tipo de equipamento cultural para a melhoria das condições de acesso e uso das TIC, dada a heterogeneidade das instituições que compõem o universo investigado. Contudo, mesmo com essas diferenças, a pesquisa também reforça a importância das tecnologias para todos os tipos de equipamentos culturais, tanto para a melhoria de processos internos e para a divulgação de suas atividades, quanto pela oferta de bens e serviços *on-line* para ampliação do acesso à cultura por parte da população.

Políticas públicas que atuem nesse sentido são importantes também para o alcance de metas internacionais – como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU)¹⁴ e as linhas de ação da agenda da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (WSIS)¹⁵ – e nacionais – como o Plano Nacional de Cultura (Minc, 2012). No PNC, a meta 40 estabelece a disponibilização dos acervos das instituições culturais públicas federais na Internet e a meta 41 define que todas as bibliotecas e 70% dos museus ofereçam informações sobre seus acervos na rede até 2020. Os resultados da pesquisa indicam, no entanto, que tais objetivos ainda estão distantes de serem cumpridos. Em especial, a situação do acesso à rede nos equipamentos culturais, a falta de recursos financeiros e a capacitação dos gestores para apropriação das TIC são barreiras para isso.

Nesse sentido, os dados evidenciam a necessidade de iniciativas que aprimorem o uso de computador e Internet, sobretudo entre bibliotecas e museus, tipos de equipamentos com maior número de unidades no país, mas que estavam entre os que menos utilizavam tais tecnologias. Ainda, dado que praticamente todos os municípios brasileiros possuíam ao menos uma biblioteca pública (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2015), a importância estratégica dessas instituições se revela não apenas para as políticas públicas culturais, como também na perspectiva da inclusão digital.

Posto que o avanço da infraestrutura TIC nas instituições culturais tem também o potencial de facilitar o acesso à Internet pelo público atendido, principalmente por meio da disponibilização de WiFi, isso aumentaria a oferta de pontos de acesso à população, assim como abriria a possibilidade de iniciativas de maior interatividade com o público dentro das instituições. No entanto, como mostram os dados da TIC Cultura 2018, o WiFi não era disponibilizado para os visitantes em mais da metade das instituições entre todos os tipos de equipamentos culturais, mesmo entre aqueles em que o uso de Internet era mais frequente.

Quanto à apropriação das TIC, a pesquisa revela que o relacionamento com o público era uma finalidade primordial de uso das tecnologias pelos equipamentos culturais. A Internet, em especial, era utilizada para a divulgação de informações sobre as atividades e programação cultural das instituições, tendo em vista ampliar o acesso presencial mais do que o acesso *on-line* aos bens e conteúdos realizados ou mantidos pelas mesmas.

¹⁴ Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 14 de janeiro, 2019, de <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>

¹⁵ Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 14 de janeiro, 2019, de <https://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/poa.html>

O primeiro passo para o aproveitamento pleno desses potenciais, no entanto, é a presença das instituições na Internet. De acordo com a pesquisa, mantinha-se no país uma proporção baixa de equipamentos culturais que possuíam *websites* próprios ou que estavam presentes em *websites* de terceiros, com exceção de arquivos e cinemas, entre os quais mais da metade possuía *websites* próprios. Quanto aos perfis em redes sociais, apesar de percentuais mais elevados entre cinemas (83%) e pontos de cultura (79%), entre outros tipos de equipamentos os patamares eram menores, chegando a apenas 28% entre bibliotecas. Esses números indicam que ainda há uma grande parcela de equipamentos culturais que, mesmo utilizando a Internet para outras finalidades, não estão presentes institucionalmente na rede.

Por outro lado, também se mostra cada vez mais necessário o desenvolvimento de políticas que fomentem a disponibilização do acesso pela Internet às atividades realizadas pelos equipamentos culturais, com o objetivo principal de tornar os materiais e conteúdos produzidos, exibidos e guardados por essas instituições acessíveis a populações que não tenham como frequentá-las. É o caso, por exemplo, de serviços de visita virtual, de transmissão de vídeo em tempo real, de formação a distância ou de disponibilização de acervos digitalizados, pouco comuns entre todos os tipos de equipamentos culturais pesquisados.

Da mesma forma, os dados da pesquisa demonstram que iniciativas de promoção à digitalização e à divulgação de acervos digitalizados pela Internet ainda se mostram necessárias. Em 2018, a maior parte dos equipamentos digitalizava menos da metade de seus acervos e, mesmo entre aqueles que tinham esse processo mais avançado, como os arquivos, a disponibilização para o público era feita principalmente no local em que funciona a instituição, e não pela Internet.

Nesse contexto, um dos principais desafios apontados pela TIC Cultura 2018 para a apropriação das tecnologias de maneira estratégica é a falta de financiamento. Portanto, políticas que visem investir na ampliação do acesso e no aprimoramento do uso das TIC nas instituições culturais, de acordo com sua natureza e missões específicas, são fundamentais para que sejam superadas as dificuldades relatadas pelos gestores da maior parte dos equipamentos culturais brasileiros.

REFERÊNCIAS

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017a). *Cultura e tecnologias no Brasil: Um estudo sobre práticas culturais da população e o uso das tecnologias de informação e comunicação*. São Paulo: CGI.br. Recuperado em 14 de janeiro, 2019, de <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/7/cultura-e-tecnologias-no-brasil.pdf>

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017b). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros: TIC Cultura 2016*. São Paulo: CGI.br. Recuperado em 14 de janeiro, 2019, de https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_CULT_2016_livro_eletronico.pdf

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2017*. São Paulo: CGI.br. Recuperado em 14 de janeiro, 2019, de https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic_dom_2017_livro_eletronico.pdf

Decreto n. 520, de 13 de maio de 1992. Institui o Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas e dá outras providências. Recuperado em 05 fevereiro, 2019, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/D0520.htm

Decreto n. 7.559, de 1º de setembro de 2011. Dispõe sobre o Plano Nacional do Livro e Leitura (PNLL) e dá outras providências. Recuperado em 05 fevereiro, 2019, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/decreto/D7559.htm

Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 (1998). Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Recuperado em 05 fevereiro, 2019, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm

Lei n. 12.343, de 2 de dezembro de 2010. Institui o Plano Nacional de Cultura - PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIIC e dá outras providências. Recuperado em 28 de fevereiro, 2019, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12343.htm

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2015). *Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: Cultura 2014*. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado em 14 de janeiro, 2019, de <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf>

Ministério da Cultura – Minc (2004). *Cultura Viva: Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania*. Brasília: Minc.

Ministério da Cultura – Minc (2012). *As metas do Plano Nacional de Cultura*. São Paulo: Instituto Via Pública; Brasília: Minc. Recuperado em 14 de janeiro, 2019, de <http://pnc.cultura.gov.br/2013/01/01/2533/>

ENGLISH

FOREWORD

The first computer-to-computer message was sent 50 years ago, on October 29, 1969, as part of an experiment by ARPANET, the forerunner of the modern Internet. Twenty years later, on April 18, 1989, Jon Postel, director of the Internet Assigned Numbers Authority (IANA), assigned the .br domain to the São Paulo Research Foundation (FAPESP), which ran academic networks. That same year, the Brazilian National Research Network (RNP) was officially launched.

In 2019, we thus celebrate key events for the Internet both on the world stage and in Brazil. The year also marks the tenth anniversary of the Principles for the Governance and Use of the Internet in Brazil, an internationally renowned Decalogue written by the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br). The document sparked a debate that would lead to the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet (Law no. 12.965, of April 23, 2014) and drive the conversation about the need for privacy resulting in the Brazilian General Data Protection Law – LGPD (Law no. 13.709, of August 14, 2018).

Over the last two decades, the country's multistakeholder Internet governance structure, which has been consolidated through the actions of CGI.br, has drawn widespread attention. In the structure, the Brazilian Network Internet Center (NIC.br) allocates proceeds from its domain registry, Registro.br, towards various projects and activities with the aim of constantly improving the Internet in Brazil. Projects and activities include traffic exchange management, incentives and support for IPv6 adoption, broadband connection quality measurement, incident management, web application standardization, open data, and statistics production.

Since 2005, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) has produced and disseminated indicators on the use and appropriation of information and communication technologies (ICT) – an essential data source for decision-making for the government, businesses, academia, and society at large. Cetic.br's surveys have made substantial contributions to the formulation of public policies for digital inclusion and strengthening the digital economy. As a Category 2 Center of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco) since 2012, Cetic.br also supports initiatives that contribute to improving the quality and comparability of statistics in other Latin American countries and Portuguese-speaking Africa.

More recently, the work of Cetic.br played a decisive role in Unesco's November 2018 approval of the Internet Universality Indicators. These indicators offer a framework for the international assessment of the development of the Internet ecosystem. While regional stakeholders are encouraged to consult them, Cetic.br was responsible for implementing the methodology's pilot in Brazil, reinforcing the country's strategic role in the development of the Internet and leading other nations in their survey implementation.

In the field of capacity building, Unesco and Cetic.br/NIC.br in partnership with the SDG Academy produced the Massive Open Online Course (MOOC): “Tech for Good: The Role of ICT in Achieving the SDGs”. This high-quality e-course is free and open to all. With it, Cetic.br highlights the central role of ICT in sustainable development and how it relates to the 17 Sustainable Development Goals (SDG) of the United Nations 2030 Agenda. More than 1,300 individuals worldwide participated in its first edition.

Collaborations with international organizations have also played a key role in promoting internationally comparable measurement methodologies. Examples include joint efforts of Cetic.br and the Brazilian National Computer Emergency Response Team (CERT.br) with the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) in the area of digital security; studies with the International Telecommunication Union (ITU) on the development of household indicators and smart cities; the publication in partnership with the Pan-American Health Organization (PAHO) and the World Health Organization (WHO) of a framework for measuring ICT in health; and the drafting in partnership with the Unesco Institute of Statistics (UIS) of a practical guide for the implementation of ICT surveys in schools.

In this period of deep-rooted transformation, rigorous and up-to-date statistics on the Internet’s socioeconomic implications are essential for guiding Internet development over the coming decades. We hope to contribute to the creation of public policies that consolidate and strengthen an open Internet for all.

Enjoy your reading!

Demi Getschko

Brazilian Network Information Center – NIC.br

PRESENTATION

The current era of accelerated digital transformation has brought multiple challenges to Brazil's quest for an innovative ecosystem. Indeed, there is increasing pressure to coordinate and promote technological advances, implement incentives for an adequate regulatory environment, and create mechanisms that will ensure economic sustainability in various economic sectors. And all these endeavours require formalized public policies that fit the new context within a coherent governance strategy that emanates from society as a whole.

Although the possibilities for consolidating an Internet that favors innovation and social and economic development are numerous, the new scenario also carries risks, which must be mitigated by inclusive policies that foster privacy protection and trust among online users. Created in 2018, the Brazilian Digital Transformation Strategy (E-Digital) – a framework that allows stakeholders to establish effective, efficient, coordinated actions – will play a vital role in the coming years. What's more, the advances defined in the National Plan for the Internet of Things – an update to sector policies in light of emerging themes – are also noteworthy.

The monitoring of digital transformation within this new context is thus key for both government and society. The Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) has strengthened its commitment to producing regular statistics and indicators on access to information and communication technologies (ICT) and their use countrywide. Thanks to the Brazilian Network Information Center (NIC.br) and the Regional Center for the Development of the Information Society (Cetic.br), Brazil has yearly access to over 550 ICT adoption indicators in strategic sectors such as households, enterprises, Internet providers, telecenters, government organizations, and among essential service providers, i.e., health, education, and cultural institutions.

Cetic.br is a world-renowned reference for best practices in the production of ICT indicators. Its nationwide surveys, which are carried out periodically, help monitor digital development in the country and enable comparative analyses of global objectives such as the Sustainable Development Goals (SDG), the implementation of the outcomes of the World Summit on the Information Society (WSIS), and the Digital Agenda for Latin America and the Caribbean (eLAC).

This book is a result of CGI.br's commitment to producing multistakeholder data that is relevant for Internet development. It is intended as a tool for both government and civil society, allowing them to work together to cultivate an inclusive digital economy.

Maximiliano Salvadori Martinhão
Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br

INTRODUCTION

Understanding the relationship between culture and socioeconomic development is not trivial. This is partly because of the broad concept of culture, which requires efforts by researchers to outline the issue. In addition to this complexity, the debate is influenced by the tendency of academia and policymakers to give priority to tangible and measurable phenomena, which do not always describe how cultural affairs matter for development.¹

Despite the challenges inherent to this agenda, the relevance of culture for socioeconomic development is gradually gaining recognition and being debated by governments and international organizations. For example, the topic is included in the lines of action of the World Summit on the Information Society (WSIS)² and in the UN Sustainable Development Goals (SDGs) of the UN 2030 Agenda, whose target 11.4 aims to strengthen efforts to protect and safeguard the world's cultural and natural heritage.³

This movement is also aligned with the leading role of information and communication technologies (ICT) as one of the main drivers of socioeconomic development in the most different sectors. In the field of culture, new digital technologies have affected the creation, dissemination and enjoyment of cultural goods, mainly on the Internet, substantially altering already-established markets and, in some cases, creating new forms of consumption and product circulation. Even though ICT has undeniably opened up new perspectives for expanding access to and democratizing the possibilities of online content production and dissemination, there are still challenges involving infrastructure and appropriation of these technologies. Therefore, investigating the relationships between culture and technology is relevant, not only to understand the current scenario, but, above all, to provide input and evidence for the development of public policies that can help overcome these challenges.

Now in its second edition, the aim of the ICT in Culture survey, conducted by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), is to understand the adoption of digital technologies by Brazilian cultural facilities. Together with qualitative⁴

¹ Lopez-Claros, A., & Perotti, V. (2014). Does culture matter for development? [Policy Research Working Paper 7092]. World Bank Group, Washington, DC.

² International Telecommunication Union – ITUT (2003). *World Summit on the Information Society – Plan of action*. Geneva. Retrieved on March 19, 2019 from <https://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/poa.html>

³ United Nations – UN (2015). *Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development*. New York. Portuguese version retrieved on March 19, 2019 from <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf>

⁴ Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017). *Cultura e tecnologias no Brasil: Um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias de informação e comunicação*. São Paulo: CGI.br.

and quantitative⁵ studies that address the issue from the perspective of demand and access by the population – especially by Brazilian Internet users –, the ICT in Culture survey investigates technological appropriation by cultural institutions, with a focus on the provision of online services and content. The survey adopts internationally recognized methodological definitions to measure ICT access and use, considering the production of comparable indicators.

Regarding these issues, connecting all public libraries, museums, post offices and national archives is one of the targets included in the WSIS Action Plan. This objective is based on an understanding of the relevance of these institutions for the information society, as repositories and centers of public access to knowledge.⁶

Adoption of ICT by cultural facilities can increase the reach of their activities and assets, and, ultimately, collaborate in the expansion of access to culture. These technologies can also contribute to providing Internet access to the population, in addition to supporting the management and operation of the institutions themselves.

In a country with strong geographic concentration of cultural facilities, as demonstrated by the Survey of Basic Municipal Information (Munic) of the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE)⁷, the use of ICT for digitizing and providing online access to content becomes even more relevant. At the same time, inequalities in access to the Internet, also indicated by the ICT Households survey, reinforce the potential of these institutions to reduce these disparities, especially in the case of libraries, which are largely spread out across the country.

However, there are numerous barriers to fully harnessing these possibilities. As indicated by the report for monitoring the implementation of the Convention on the Protection and Promotion of Diversity of Cultural Expressions of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco):

In the Global South, despite the advantages resulting from mass adoption of mobile broadband, many countries lack infrastructure and are unable to consolidate a market for cultural goods and services in the digital environment (p.14).⁸

In this direction, Unesco established, in June 2017, the operational guidelines for the implementation of the Convention in the digital environment⁹. These guidelines include providing digital equipment to public institutions (such as libraries and cultural centers) and strengthening digital competencies in the cultural sector for participation in the digital environment.

⁵ Brazilian Internet Steering Committee– CGI.br (2018). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2017*. São Paulo: CGI.br.

⁶ Partnership on Measuring ICT for Development (2014). *Final WSIS targets review – Achievements, challenges and the way forward*. Geneva: UIT.

⁷ Brazilian Institute of Geography and Statistics – IBGE (2015). *Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: Cultura 2014*. Rio de Janeiro: IBGE.

⁸ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – Unesco (2017). *Reshaping cultural policies: Advancing creativity for development*. Paris: Unesco.

⁹ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – Unesco (2017). *Conference of parties to the convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions, Sixth ordinary session. Item 11 of the provisional agenda: Draft operational guidelines on the implementation of the Convention in the digital environment*. Paris: Unesco.

In the Brazilian context, the National Culture Plan (PNC) established that by 2020, public domain or licensed content must be available on the Internet (goal 40), and that information about the collections of all public libraries and 70% of museums and archives must be available for online consultation (goal 41)¹⁰. Among its strategies and actions, the PNC also provides for the implementation of an integrated national policy for digitization; adjusting copyright regulations to the use of ICT; and supporting digital inclusion and open-source software use policies by cultural agents and institutions.

Despite the possibilities for expanding access to cultural goods and services through the use of digital technologies, the results presented in this publication show the long road that still lies ahead for Brazilian cultural facilities. Throughout this journey, special emphasis goes to the role of public policies, not only in terms of funding institutions and regulating the sector, but also in defining strategies for expanding ICT access and use.

Given the importance of the production of reliable and high-quality indicators to foster the process of monitoring and developing evidence-based policies, the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) and the Brazilian Network Information Center (NIC.br) reaffirm, through the ICT in Culture survey, their commitment to producing statistical data about technological appropriation in the country. Also, considering the low availability of statistics in the cultural sector, this initiative places Brazil at the forefront of for measuring and producing data in the field. This reinforces even more Cetic.br's role as an important player in international debates about the standardization of indicators and methodological definitions for the production of ICT statistics.

It is also worth mentioning that the ICT surveys conducted by Cetic.br are monitored by a group of experts from different sectors – from academic and research institutes, government bodies, international organizations, and the non-governmental sector. Their invaluable contribution in the planning and analysis stages have provided legitimacy to the process and enhanced the transparency of the methodological choices.

ICT IN CULTURE: INFRASTRUCTURE AND ICT USE IN BRAZILIAN CULTURAL FACILITIES

The ICT in Culture survey investigates how information and communication technologies have been incorporated by Brazilian cultural facilities, including archives, heritage sites, libraries, cinemas, museums, culture points, and theaters. The survey presents indicators about the use of digital devices and the Internet by institutions, their presence on websites and social networking websites, and the digitization of collections, among other topics relative to their interface with technologies and management, and their relationship with their publics.

This edition of the survey showed different levels of ICT infrastructure among the different types of cultural facilities, with near-universal computer and Internet use among archives and cinemas and lower proportions among libraries and heritage sites. In 2018, significant regional disparities remained in the case of libraries: Internet use was lower in the North (49%) and Northeast (51%) than in the South (83%). Regarding Internet connectivity, in practically all

¹⁰ Ministry of Culture – Minc (2012). *As metas do Plano Nacional de Cultura*. São Paulo and Brasília: Instituto Via Pública and Minc.

types of cultural facilities, the most common speed range was up to 10 Mbps, which limits more advanced uses of the Internet.

Furthermore, the number of institutions that provided access to these technologies to the public was incipient, even among the types of facilities in which these resources were most available. Making computers available to users occurred in more than half of institutions only among archives and culture points (52%). In terms of providing Wi-Fi connection, none of the facilities reached this level, indicating that there is still room to expand the role of cultural institutions in increasing access to the Internet.

Regarding ICT use, the survey identified that activities carried out on the Internet by Brazilian cultural facilities were mainly direct at communication and relationship with the public. Activities relative to internal management, such as manager and staff training, were less common.

Internet presence was higher through profiles on social networking websites than on websites. The most archives (56%) and cinemas (71%) had websites, being that the latter were also those most present on social networking websites (83%), along with culture points (79%). These platforms were mainly used to disseminate activities and cultural programming offered to the public (or potential public) that visits the cultural facilities.

The provision of services and content for remote access on the Internet was still underexplored. Live video streaming on websites did not surpass 20% among any type of cultural facility, and the offer of in-person and e-learning reached a maximum of 12% among archives and culture points.

Collection digitization occurred in the most institutions among archives (77%), museums (61%), culture points (61%), and heritage sites (55%). However, only a small percentage of collections were digitized, and they were mainly available to the public on site, not on the Internet. The provision of online collection catalogues, which could increase their visibility and expand access to these materials, was performed by only 15% of museums and 12% of libraries, with higher proportions only among archives (38%).

Most cultural facilities did not have an information technology (IT) area or department or hired associated services, with the exception of cinemas. The presence of an area or person responsible for public relationships on social networking websites stood out among cinemas (71%) and culture points (53%). Website or software development was less common among all types of facilities, indicating limited potential for ICT appropriation by these institutions. The main barrier mentioned to computer and Internet use was still lack of financial resources, pointing to the need for investment in the area of technology.

Thus, the survey reveals the economic, infrastructural and capacity-building challenges to the adoption of technologies by Brazilian cultural facilities. By providing an overview of this scenario, the survey attempts to contribute to the development and implementation of initiatives so that cultural facilities in the country can better harness ICT, both to disseminate activities that occur in person, and to disseminate online content.

This publication is structured as follows:

Part 1 – Articles: Unpublished contributions from specialists that address ICT and culture, such as the influence of the digital technologies on the cultural activities of the Brazilian population, enjoying online cultural diversity, digitization in memory institutions and difficulties imposed by copyrights, and the possibilities of Internet use to raise funds for culture;

Part 2 – ICT in Culture: Presents the “Methodological Report,” which includes a description of the methodological aspects underpinning the survey; the “Data Collection Report,” which describes the details of the methodology carried out in 2018; and the “Analysis of Results” obtained in this edition of the survey, identifying the most relevant trends observed in ICT access and use in Brazilian cultural facilities;

Part 3 – Tables of results: Presents tables of results containing indicators relative to the ICT in Culture survey, by type of cultural facility.

The primary goal of the effort expended on the implementation of the ICT surveys by the Brazilian Internet Steering Committee is to present reliable, up-to-date and relevant data for our readers. We hope that the data and analyses from this edition of the survey provide important input for public managers, academic researchers, private sector companies and civil society organizations in initiatives that are targeted at building an information and knowledge society.

Enjoy your reading!

Alexandre F. Barbosa

Regional Center for Studies on the Development
of the Information Society – Cetic.br

PART 1
—
ARTICLES

DO ONLINE ACTIVITIES REDUCE OR ENCOURAGE ACCESS TO OFFLINE CULTURAL ACTIVITIES? WHAT DO QUANTITATIVE STUDIES SUGGEST

João Leiva¹ and Ricardo Meirelles²

A significant number of new technologies were created with the goal or the potential to reduce timeframes in production, transportation and communication. Letters take more time to arrive than fax messages, which take longer than emails. Nonetheless, complaints about lack of time still abound, in general because most of that time has been engulfed by some of these new technologies. The desire or need to always be connected, therefore, reduces time spent on other activities. In the words of Bauman (2011):

[...] the internet greatly facilitates, prompts and even necessitates the incessant labours of *reinvention* – to an extent unachievable in offline life. This is arguably one of the most important reasons for the time spent by the ‘electronic generation’ in the virtual universe: time steadily growing at the expense of time lived in the ‘real’ (offline) world. (p. 25)

For activities that involve physical presence, these trends are particularly relevant. It is important to assess to what extent information and communication technologies (ICT) impact attendance at cultural activities, especially considering that the digital media is prodigal in providing products such as music, films and games.

In this article, we use evidence from quantitative research conducted in Brazil about ICT use and cultural habits to see what clues they have provided up to the present about the impacts of these technologies on access to activities such as going to cinemas, concerts and theaters. Do those who spend more time on the Internet go less often to these cultural manifestations?

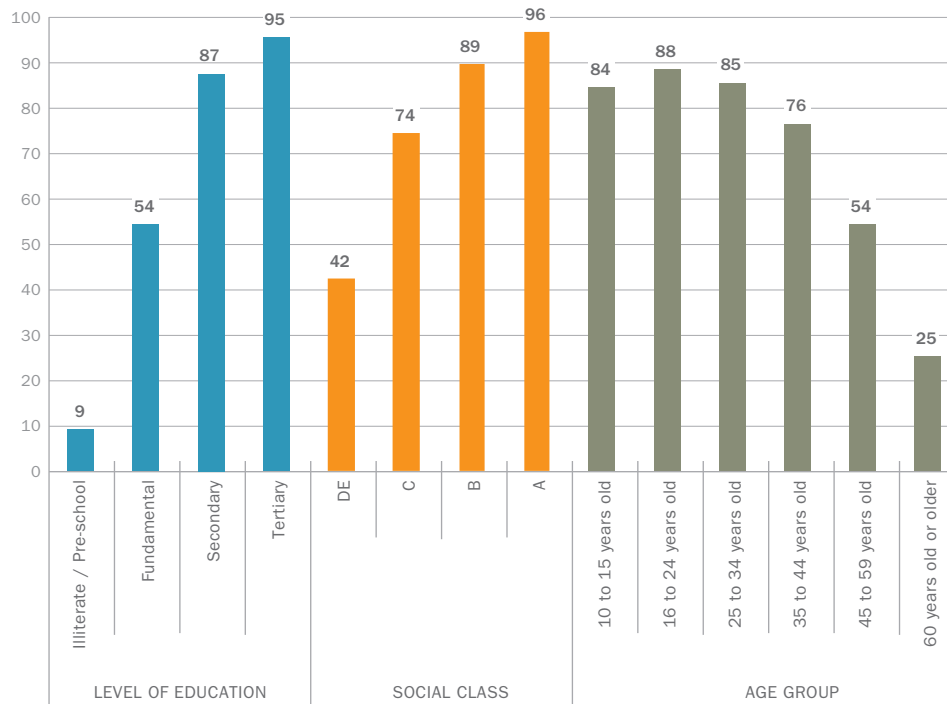
¹ Bachelor's degree in economy from the School of Economics, Business Administration and Accounting of the University of São Paulo (FEA-USP), master's degree in film from the School of Communications and Arts (ECA-USP), and master's degree in cultural management from the University of Catalonia (Spain). Worked for almost ten years for the newspaper *Folha de São Paulo* and also for CDN Communications and the newspaper *Valor Econômico*. He was also a communications advisor for the State Secretariat of Culture of São Paulo. Since 2004, he has been the manager of the JLeiva Cultura & Esporte consulting firm.

² Journalist, master's degree in literary theory and history from the University of Campinas (Unicamp), president of the content production company PrimaPagina, and member of the Study and Research Center of JLeiva Cultura & Esporte. Worked as a journalism professor at Pontifical Catholic University (Puc) of Campinas and edited sites and reports for UN organizations in Brazil. With the Brazilian Association of Investigative Journalism (Abraji), taught courses on social and educational indicators for journalists, in partnership with institutions such as the Ayrton Senna Institute, the Knight Center for Journalism in the Americas and the Lemman Foundation.

WHO ACCESSES THE INTERNET THE MOST

The ICT Households 2017 survey showed that two-thirds (67%) of the Brazilian population were Internet users (individuals who accessed the Internet at least once in the three months prior to the survey). This was a considerable increase compared to 2010, when this proportion was 41% (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2018). This data, however, refers to an average for the population. A look at specific profiles showed “staircases of inequality”: the percentage of users increased with social class and level of education, and decreased with age (Chart 1).

CHART 1
INTERNET USERS BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017)
Total population (%)



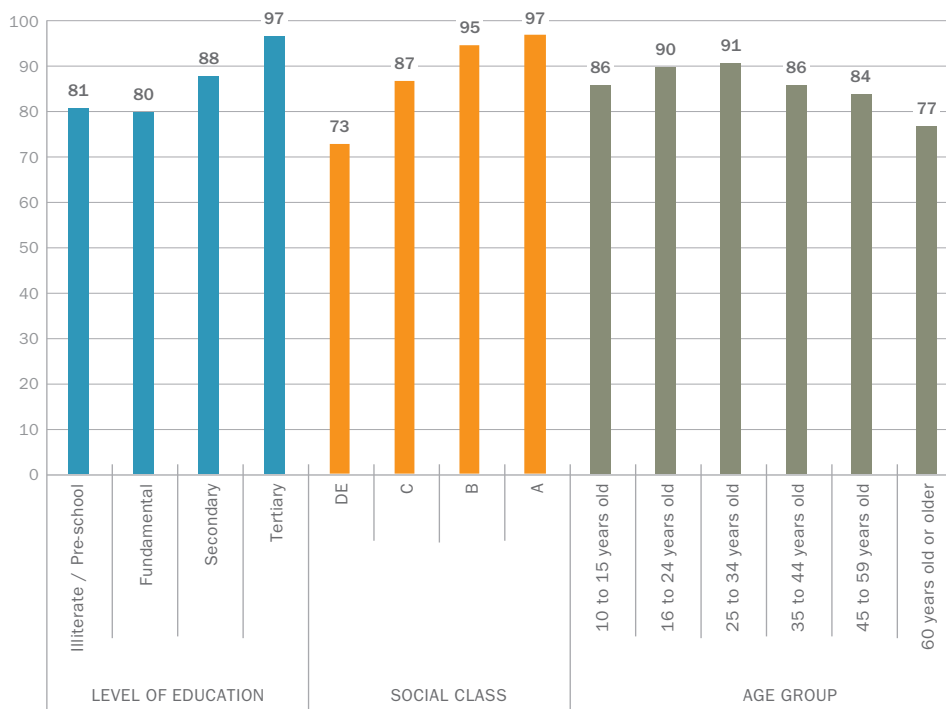
Source: ICT Households 2017 (CGI.br, 2018).

Note: Internet users were defined as individuals who accessed the Internet at least once in the three months prior to the survey.

Additionally, significant differences appeared between areas (urban 71% and rural 44%) and among Brazilian regions: the proportion was higher in the Center-West (76%), the Southeast (74%) and the South (69%), and lower in the North and Northeast (58% in both cases). In contrast, the results for men (68%) and women (67%) were very close.

A similar phenomenon occurred with other indicators that focused exclusively on Internet users. In some cases, the steps in the staircase were more gradual, or the slope changed subtly; nevertheless the “staircase of inequality” generally maintained an upward trend according to the level of education and social class, and a downward trend for age. This occurred for frequency of use (Chart 2), sending or receiving emails, and using social networking websites, among other activities relative to communication³ and looking for information⁴. The trend only changed (although it was not inverted) upon analyzing some indicators by age. For example, the two youngest age groups were not those who most looked for information about products and services, health and traveling, nor did they conduct the most financial transactions.

CHART 2
INTERNET USERS WHO ACCESS EVERY DAY OR ALMOST EVERY DAY BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017)
Total number of Internet users (%)



Source: ICT Households 2017 (CGI.br, 2018).

³ Results for indicator C5 – Internet users by activities carried out on the Internet – Communication. More information on Cetic.br’s website. Retrieved on January 25, 2019, from <https://cetic.br/tics/domicilios/2017/individuos/C5/>

⁴ Results for indicator C6 – Internet users by activities carried out on the Internet – Looking up information. More information on Cetic.br’s website. Retrieved on January 25, 2019, from <https://cetic.br/tics/domicilios/2017/individuos/C6/>

WHO INTERACTS WITH CULTURAL CONTENT ON THE INTERNET THE MOST⁵

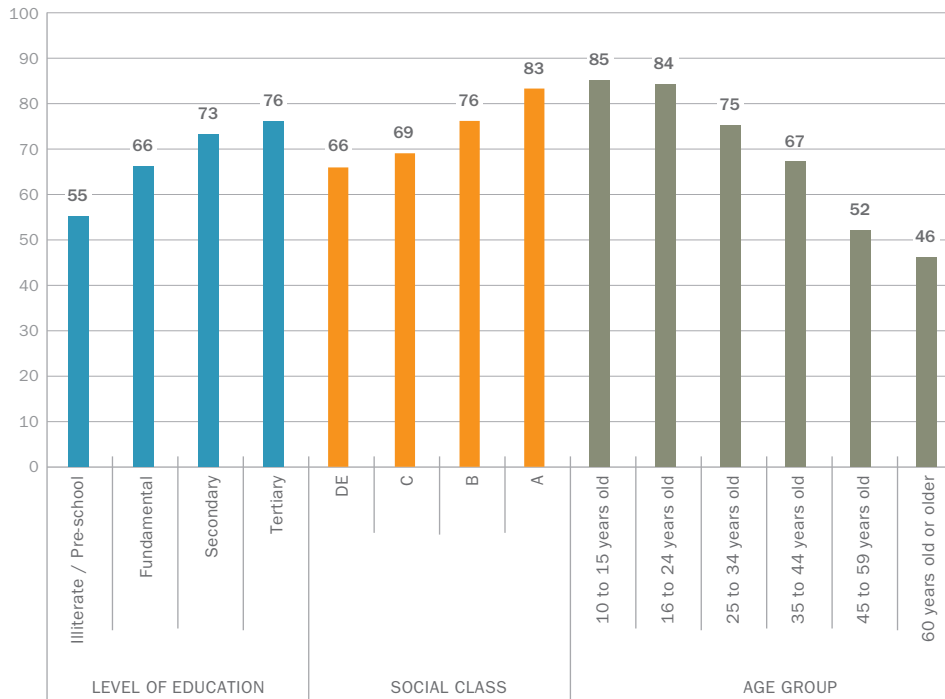
Therefore, the ICT Households 2017 survey made it clear that younger individuals, those with higher education levels, and those in higher social classes had more access to the Internet and used more often most of the services offered online. The survey also included a set of questions about cultural activities carried out online, and access to artistic content and entertainment. The two most common activities were watching films, videos or series and listening to music, with identical percentages in 2017: 71% of Internet users, more than in 2014 (58% and 57%, respectively).

Reading newspapers and magazines decreased between 2014 and 2015, but then reversed this fall, reaching 55% in 2017. An important indicator included in the last survey was access to virtual exhibitions or museums on the Internet (11%).

The survey also showed a gradual decline in the percentage of those who downloaded music – from 51% (2014) to 42% (2017) – and films – from 29% to 23%. This result seems compatible with the growth in streaming services in recent years.

And who uses these resources the most? Again, the “staircase of inequality” stood out: its presence was greater among those in the younger age groups, those in higher social classes, and those with higher levels of education (Charts 3 and 4). In terms of individuals who play games online, the trend was inverted for level of education: age group seemed to be more significant, with a higher percentage of individuals with an Elementary Education engaging in this activity than those with a Secondary Education, which in turn was higher than those who have a Tertiary Education.

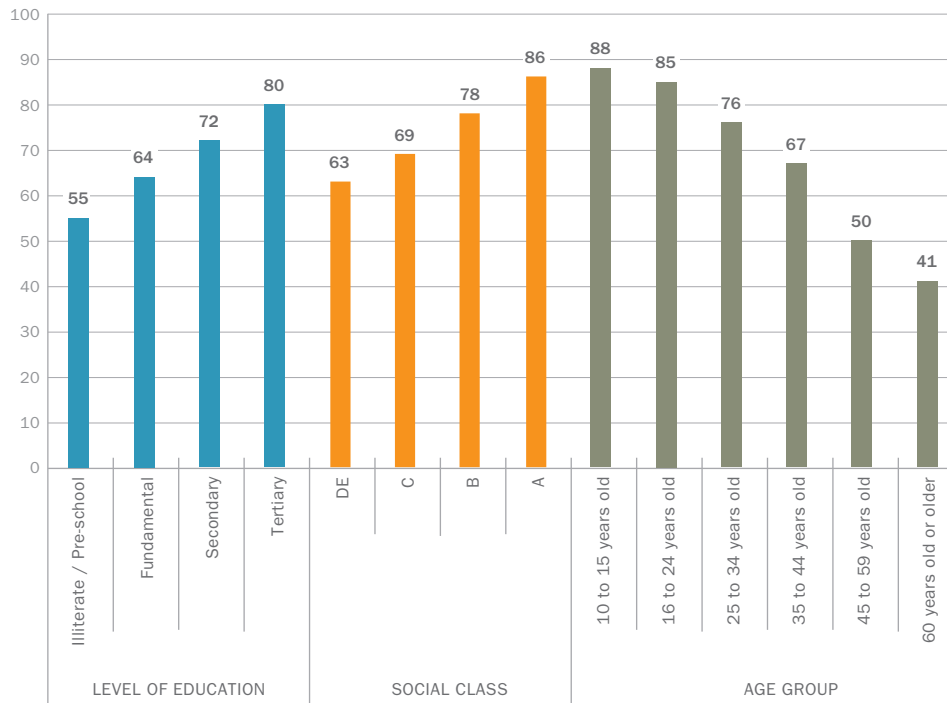
CHART 3
INTERNET USERS WHO LISTENED TO MUSIC ONLINE, BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017)
Total number of Internet users (%)



Source: ICT Households 2017 (CGI.br, 2018).

⁵ This verb interact is used to indicate both passive (watching, listening) and active (downloading, posting) interactions.

CHART 4
INTERNET USERS WHO WATCHED VIDEOS, TV PROGRAMS, FILMS OR SERIES ONLINE, BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017)
Total number of Internet users (%)

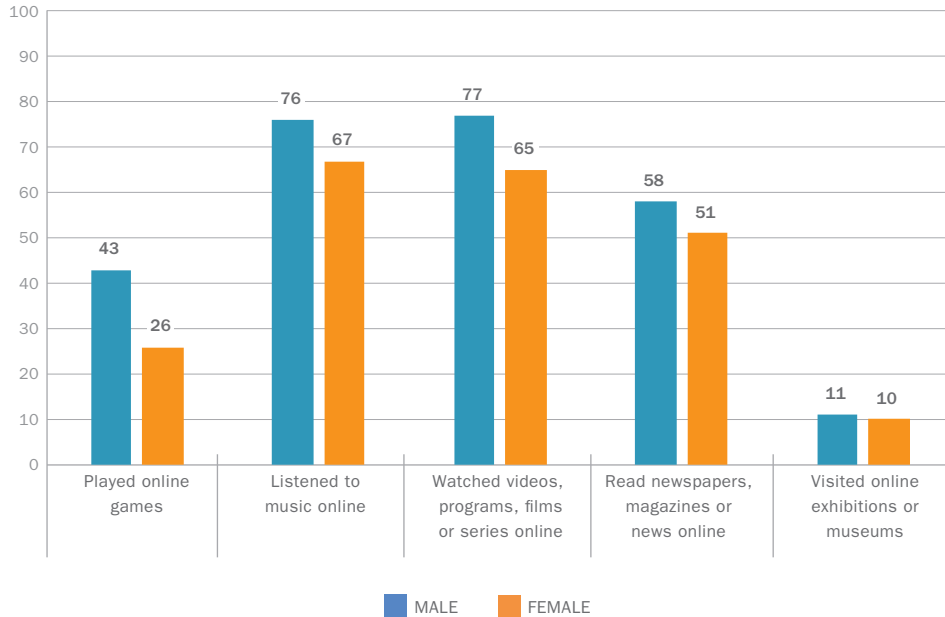


Source: ICT Households 2017 (CGI.br, 2018).

It is important to highlight two points. First, contrary to what occurred with frequency of access and use of some services, when it comes to cultural activities, the “staircase” was the steepest among age groups. In the first three age groups, which included users from 10 to 34 years old, all the percentages were above the average of the total number of Internet users (71% for listening to music and watching films). The opposite occurred among individuals 35 years old or older, which included three groups that were below the average.

Second, also contrary to what was observed for the previous indicators, relative to the enjoyment of cultural content, a discrepancy emerged between male and female audiences. With the exception of virtual visits to museums or exhibitions on the Internet, men carried out these activities more often (Chart 5).

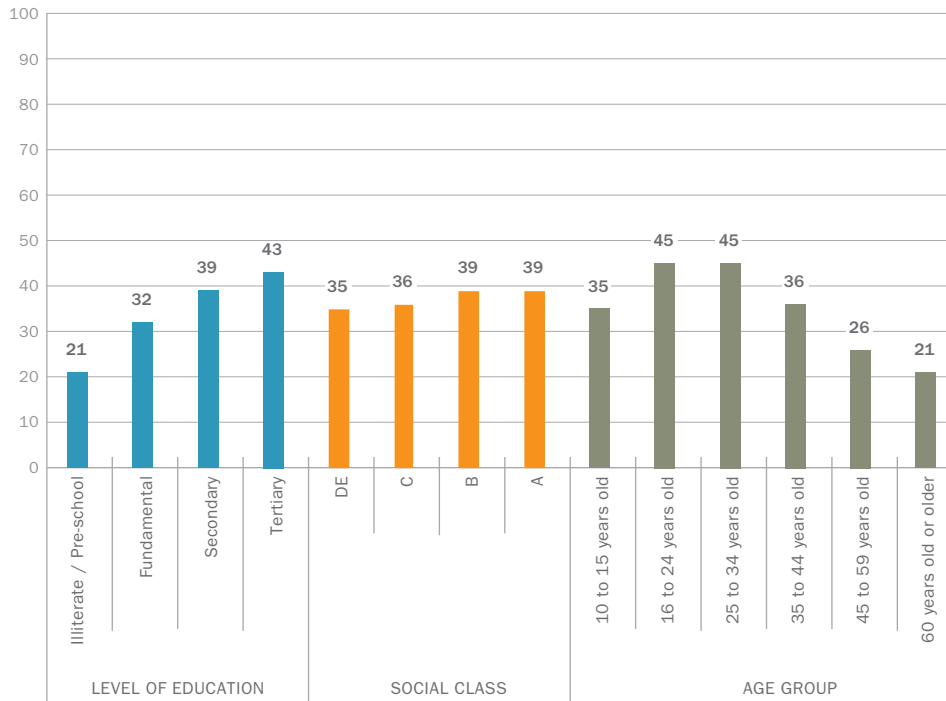
CHART 5
INTERNET USERS BY ACTIVITIES CARRIED OUT (2017)
Total number of Internet users (%)



Source: ICT Households 2017 (CGI.br, 2018).

The ICT Households survey also presented information about more active practices related to cultural content. Here, once again, the “staircase” appeared: the percentages almost always increased with level of education and social class and decreased with age. This applied to sharing content on the Internet; creating or updating blogs, webpages or websites; and posting texts, images, photos, videos or music created by users (Chart 6).

CHART 6
INTERNET USERS WHO POSTED TEXTS, IMAGES, PHOTOS, VIDEOS OR MUSIC THEY CREATED ONLINE, BY LEVEL OF EDUCATION, SOCIAL CLASS AND AGE GROUP (2017)
Total number of Internet users (%)



Source: ICT Households 2017 (CGI.br, 2018).

The trend remained the same for most of the questions relative to downloading (films, series, music, games, apps and books). In this set of questions, differences between male and female users re-emerged – in all cases, men downloaded more content than women.

In sum, this data showed that the groups at the top of the “staircase” were almost always the same. Individuals with higher education levels, those with higher incomes, and those in the youngest age groups had more access to the Internet, accessed with greater frequency and enjoyed more possibilities for services and products. In addition, they interacted more actively with artistic and cultural materials. Could this more intense online routine imply less access to offline cultural activities?

WHO ATTENDS CULTURAL ACTIVITIES THE MOST

The ICT Households survey investigates the use of information and communication technologies and does not explore cultural activities carried out outside this domain. Thus, to verify how this use impacts these activities, it is also necessary to refer to surveys about cultural habits, which verify whether respondents read or go to cinemas, music concerts, theaters and museums.

A comparison with the JLeiva Culture in the Capitals survey (Cultura nas Capitais) (JLeiva Cultura & Esporte, 2018) – which interviewed 10,630 inhabitants in 12 Brazilian cities⁶ and was conducted the same year as the ICT Households 2017 survey – can contribute to this analysis.

However, it is important to highlight the different methodologies adopted. The two studies considered different universes (in the first case, Brazil; in the second, 12 Brazilian capital cities). They also worked with different reference periods: Questions about online access took into account a three-month period; those about access to cultural activities, 12 months. ICT Households surveyed households; Culture in the Capitals was carried out in high-flux points. The first interviewed individuals ten years old or older; the second, those 12 years old or older. Nevertheless, we consider this to be a valid comparison. The key is to assess whether the trends point in the same direction.

And what are these trends? Here, the “staircase of inequality” emerged once more: The profile of those who most attended a reasonable number of offline cultural activities was similar to those who most accessed the Internet – individuals with higher levels of education, youths, and those at the top of the socioeconomic pyramid. The finding that people with the highest levels of income and education had the most access to cultural activities was not a new one: It has been found in numerous international⁷ and Brazilian⁸ studies.

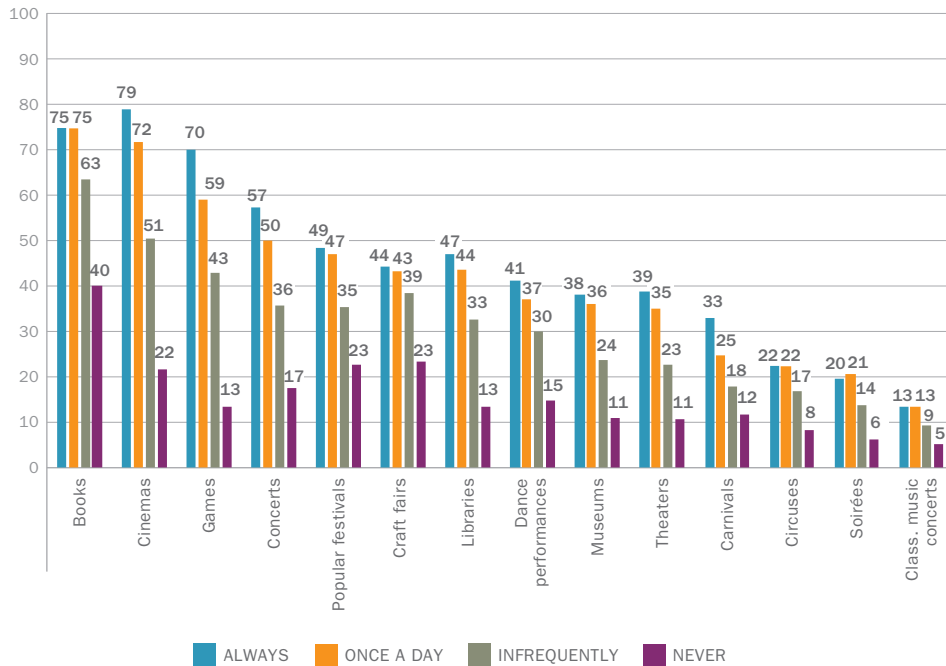
If the profiles are similar, it is not surprising that those who most accessed the Internet also went to more cultural activities. This relationship can be seen clearly in a cross-reference study conducted by Culture in the Capitals (JLeiva Cultura & Esporte, 2018). In the survey, the respondents were classified into one of four categories, according to the intensity of Internet access: always connected; daily access but not always connected; infrequent access; and zero access. In most cases, there was a direct correlation: Those who most accessed the Internet attended the most offline cultural activities. In all of the investigated cases, this percentage was higher among the most connected groups (Chart 7).

⁶ The sample included Belém (Pará), Belo Horizonte (Minas Gerais), Brasília (Federal District), Curitiba (Paraná), Fortaleza (Ceará), Manaus (Amazonas), Porto Alegre (Rio Grande do Sul), Recife (Pernambuco), Rio de Janeiro (Rio de Janeiro), Salvador (Bahia), São Luís (Maranhão) and São Paulo (São Paulo). More information on the survey’s website. Retrieved on January 25, 2019, from <http://www.culturanas capitais.com.br/>

⁷ The first to reflect on this point at greater length were Bourdieu and Darbel (2003), in a book published in 1969 – in its Brazilian edition, *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. These trends were confirmed in later surveys in locations as diverse as Latina America (Organization for Ibero American States for Education, Science and Culture [OEI], 2014), the European Union (European Commission, 2013) and the United States (National Endowment for the Arts [NEA], 2015).

⁸ More information in Jordão and Allucci (2014), Silva and Araújo (2010) and Kling (2015).

CHART 7
INDIVIDUALS WHO ATTENDED SELECTED CULTURAL ACTIVITIES AT LEAST ONCE IN THE LAST 12 MONTHS, BY INTENSITY OF INTERNET ACCESS (2017)
Total population (%), in 12 capitals



Source: JLeiva/Datafolha, Culture in the Capitals (2018).

This trend is not exclusive to capital cities. Another survey by JLeiva, conducted in 2014 in 21 municipalities in the state of São Paulo, reached similar conclusions (JLeiva Cultura & Esporte, 2014). The same was observed in the 2013 edition of the Eurobarometer survey, which includes European Union countries: Among Europeans who used the Internet every day, the proportion of those who had gone at least once to dance or opera performances, cinemas, theaters, concerts, public libraries, historical heritage sites, museums or galleries was higher (European Commission, 2013).

WHY ARE THE PROFILES SIMILAR?

Up to this point, it is clear that quantitative surveys show similar profiles among those who most access the Internet and those who most attend offline cultural activities. Furthermore, the studies indicate that individuals who spend more time online also attend cinemas, museums, theaters and popular festivals more often; at least, that was the case among inhabitants of capital cities and medium-sized municipalities in the state of São Paulo. In other words, it could be that, nowadays, one activity does not “steal” time from the others. Why?

The hypothesis is that income (understood here as economic classification) and education level facilitate access to both “worlds” (online and offline). The relationship with social class seems

evident: It is easier for individuals who can pay for fixed connections or quality mobile connections to use the Internet more often. Similarly, given that most cultural activities are paid for, individuals with the most resources have the most access. Moreover, indirectly, higher income helps individuals acquire references that build a repertoire and incentivize access to artistic manifestations.

In the case of education level, two aspects stand out. At school, children and youths are exposed to books, films, exhibitions and theater plays. Moreover, they are in an environment that values and encourages cultural activities as a form of acquiring knowledge, reflection and expression. Another aspect regards socialization. As a collective environment, schools favor the development of friendships, and cultural activities function as a way to facilitate these relationships. With the exception of reading, offline cultural activities are almost always carried out in groups (couples, friends, families). Only a small percentage of people tend to go to cinemas, theaters, music concerts or museums by themselves.⁹

In terms of age, the connection between youths and new communication technologies has been thoroughly explored. The ICT Households survey suggests that, in some cases, the differences are not so considerable in the first three age groups (i.e., 10 to 34 years old), but, after that, the “staircase” emerges clearly. Regarding access to offline cultural activities, the trend is similar. Here, perhaps the weight of available free time is important (greater among adolescents and youths and childless adults).

Nevertheless, it is possible that spending more time online affects offline cultural activities, but that this is not yet being captured by surveys in these areas. The JLeiva surveys showed whether people went to some cultural activities at least once in the 12 months prior to the interview. If there had been a reduction in the frequency of these activities (from once a month to once in six months, for example), this would go under the study’s radar.

Another hypothesis is that, especially after the dissemination of smartphones (96% of Internet users used these devices to access the Internet, according to the ICT Households 2017 survey), carrying out activities outside the home is not always incompatible with staying connected. In the cultural field, popular festivals¹⁰, museums¹¹, concerts¹², theaters¹³ and classical music concerts¹⁴ encourage the use of mobile phones for taking pictures and sharing experiences.

The ICT Households survey also indicated that an online environment can contribute to accessing offline culture. The respondents were asked about the use of digital media to look for information about offline cultural activities. The results showed that the Internet is also relevant for disseminating cultural activities (Chart 8).

⁹ Of those who attended these locations, only 11% went to museums and 8% to theaters by themselves, according to Culture in the Capitals (JLeiva Cultura & Esporte, 2018).

¹⁰ More information on the websites of São Vicente City Hall (São Paulo) and the newspaper *Correio Popular*. Retrieved on January 25, 2019, from <http://www.saovicente.sp.gov.br/579> and http://correio.rac.com.br/mobile/materia_historico.php?id=470668

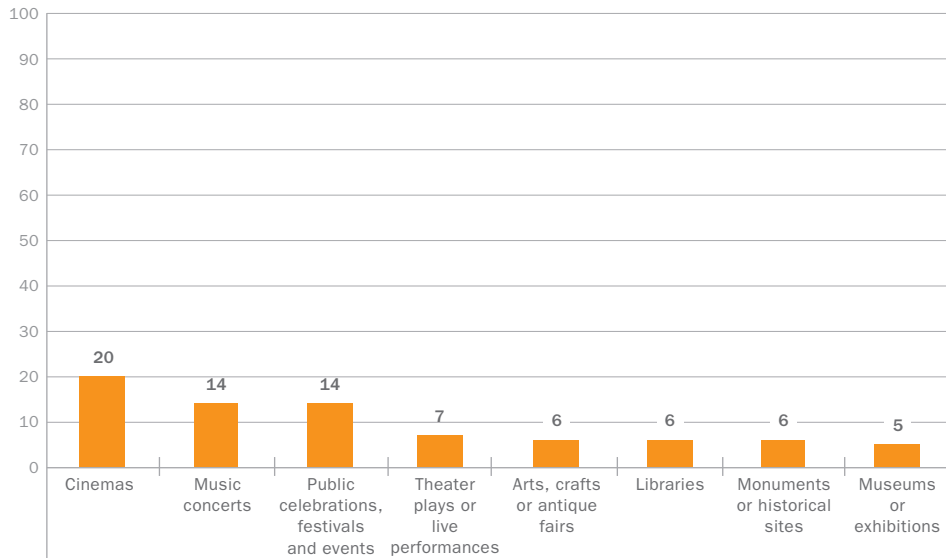
¹¹ More information on PBS’s website. Retrieved on January 25, 2019, from <https://www.pbs.org/newshour/arts/is-instagram-killing-our-museum-culture-or-reinventing-it>

¹² More information on Techtudo’s website. Retrieved on January 25, 2019, from <https://www.techtudo.com.br/listas/noticia/2015/09/rock-rio-tem-app-com-mapa-pontos-de-wi-fi-e-shows-veja-como-usar.html>

¹³ More information on Olhar Digital’s website. Retrieved on January 25, 2019, from <https://olhardigital.com.br/noticia/teatro-permite-plateia-interagir-pelo-smartphone/33114>

¹⁴ More information on UOL’s website. Retrieved on January 25, 2019, from <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2017/03/06/theatro-municipal-de-sp-cria-bis-para-publico-tirar-fotos-dos-espeticulos.htm>

CHART 8
INDIVIDUALS, BY INFORMATION SEARCHED ONLINE TO CARRY OUT OFFLINE CULTURAL ACTIVITIES (2017)
Total population (%)



Source: ICT Households 2017 (CGI.br, 2018).

A quick reading can give the impression that the numbers are low, but a more careful analysis shows that they are relevant. The percentages refer to the total sample, and not to the group that accesses the Internet or attends the researched activities, given that offline practices are not the focus of the ICT Households survey.

The JLeiva Cultura & Esporte surveys explore access to seven of the eight activities included in the ICT Households survey, albeit sometimes with different names. In the Culture in Capitals survey, the percentage of people who reported going to these activities ranged from 64% (cinemas) to 31% (theaters and museums). It would be reasonable to assume that access to these activities in the ICT Households universe is lower, because it also includes smaller cities across the country, including municipalities that do not have cinemas or museums. With this in mind, it is easier to understand the relevance of the figures gathered by CGI.br.

Additionally, the JLeiva surveys point in the same direction, although the questions were worded differently and the sample universe was restricted to urban centers. Here, the questions were not segmented by activity, as in ICT Households, allowing only a generic reading, not by area. When asked about which media they used to choose cultural programs, the respondents mentioned TV (47%), social networking websites (44%), word of mouth (32%) and the Internet (26%).

In sum, even though the online environment may compete with offline cultural activities, digital media have proven to be decisive communication tools to attract audiences to offline programs. In the coming years, it will be very important to deepen understanding of these dynamics, following the example of CGI.br.

DO CULTURAL FACILITIES MEET ONLINE DEMANDS?

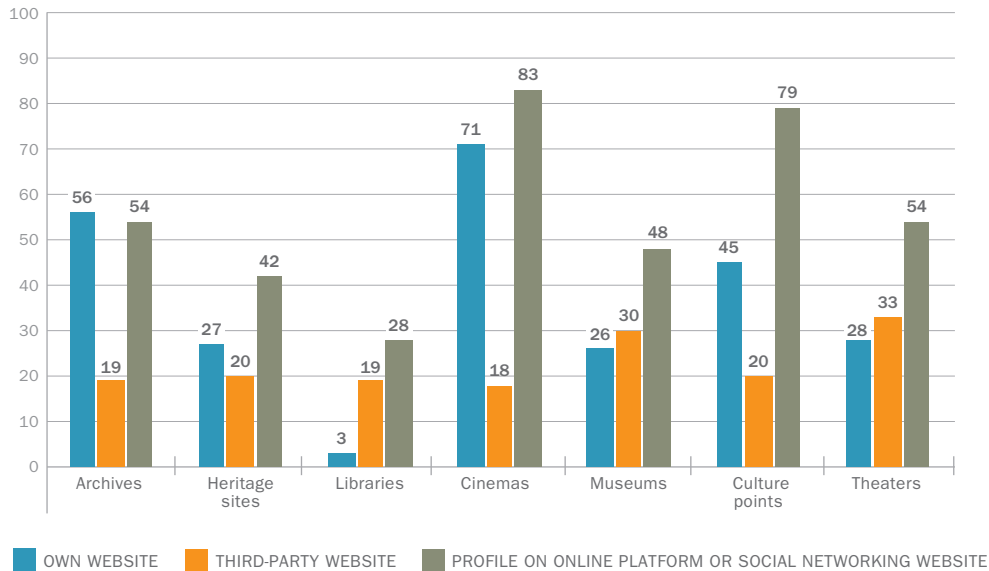
Recognition of the relevance of digital media to offline cultural activities raises some concerns about the results of another CGI.br survey. The ICT in Culture 2018 survey, which investigated ICT use by cultural facilities, showed very low percentages of venues with websites or with a presence on third-party websites (Chart 9).

The survey included different profiles of facilities, with higher or lower levels of interaction with the public and, consequently, different demands for providing services on websites. Even so, the figures showed that they do not meet the demands of the public, as reflected in the findings of ICT Households 2017.

CHART 9

CULTURAL FACILITIES WITH OWN WEBSITES, PRESENCE ON THIRD-PARTY WEBSITES AND PROFILES ON ONLINE PLATFORMS OR SOCIAL NETWORKING WEBSITES (2018)

Total number of cultural facilities (%)



Source: ICT in Culture 2018 (CGI.br, 2019).

The higher percentages observed for cinemas are compatible with strong audiovisual participation on the Internet and how easy it is for films to be disseminated digitally. Archives, which provide different types of information, also recorded more robust data. In turn, museums and theaters presented much lower percentages, even though they are spaces that are in direct contact with the public and depend on efficient dissemination to attract more visitors. The modest percentages also presented by heritage sites and libraries may be linked to the fact that, in some cases, visitation is restricted.

Regarding content on websites, the situation was more homogenous. Among cultural facilities that provided this service, the most common resources were general information about the institution, its activities and programming, which indicates that these venues are concerned

with publishing at least the basic data about visitations, in an attempt to convert virtual visitors into in-person visitors.

Another noteworthy point, which also contrasts with the needs of the public, is the elevated number of spaces that did not have areas, persons, or outsourced service providers who were responsible for the public relationships on social networking websites.

CONCLUSION

The ICT Households 2017 survey demonstrated the importance and growth of online activities in the country in recent years. Cultural activities carried out online followed the same trend, with special mention to films, videos, series and music, accessed by most Internet users (71%) and half the population (50%). However, participation was still unequal. Access to the Internet was higher among Brazilians with higher education levels, greater income, and in younger age groups, both in terms of overall use and cultural activities.

At least for the present, this trend does not conflict with the cultural activities practiced offline. Not only is the profile of those who attend them similar to those who have the most access to the Internet, but online tools have become an important source of information about offline programs.

At the same time, cultural facilities could have a greater presence on the Internet, reinforcing the publication of their programming on the Web and putting together teams to address the needs of users on digital platforms. The audience's behavior shows the need for institutions to provide them with higher-quality online support and operations.

Unfortunately, it is not possible to compare the current scenario with that before the advent of the Internet in Brazil, since there are no surveys about cultural habits at that time carried out using similar methodologies, and even data about visits to cultural facilities, which could serve as an alternative, are precarious or inexistent. However, it will be possible, and desirable, to monitor future trends, because everything indicates that digital technologies will bring about changes that have the potential to affect, not only the dynamics of online habits, but also those of offline behaviors. The future editions of the ICT Households and ICT in Culture surveys will prove valuable to these analyses.

REFERENCES

- Bauman, Z. (2011). *44 cartas do mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bourdieu, P., & Darbel, A. (2003). *O amor pela arte: Os museus de arte na Europa e seu público*. São Paulo: Edusp e Zouk.
- Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2018). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2017*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2019). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities: ICT in Culture*. São Paulo: CGI.br.

European Commission (2014). *Special Eurobarometer 399: Cultural access and participation*. Brussels: European Commission. Retrieved on February 13, 2019, from https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S1115_79_2_399

JLeiva Cultura & Esporte (2014). *Cultura em SP*. São Paulo, SP. Retrieved on January 25, 2019, from <http://www.pesquisasp.com.br/>

JLeiva Cultura & Esporte (2018). *Cultura nas Capitais*. São Paulo, SP. Retrieved on January 25, 2019, from <http://www.culturanascapitais.com.br/>

Jordão, G., & Allucci, R. R. (2014). *Panorama setorial da cultura brasileira: 2013-2014*. São Paulo: Allucci & Associados Comunicações.

Kling, F. (2015). *O desafio de atrair a classe C*. Retrieved on January 25, 2019, from <https://www.culturaemercado.com.br/site/panoramadacultura/o-desafio-de-atrair-classe-c/>

National Endowment for the Arts – NEA (2015). *A decade of arts engagement: Findings from the survey of public participation in the arts, 2002–2012*. Washington: Arts.gov. Retrieved on January 25, 2019, from <https://www.arts.gov/publications/decade-arts-engagement-findings-survey-public-participation-arts-2002-2012>

Organization of Ibero American States for Education, Science and Culture – OEI (2014). *Encuesta latinoamericana de hábitos y prácticas culturales 2013*. Madrid: OEI. Retrieved on January 25, 2019, from https://www.oei.es/historico/publicaciones/detalle_publicacion.php?id=147

Rocha, E., Pereira, C., & Balthazar, A.C. (2010). *Tempo livre é tempo útil: Gadgets, entretenimento e juventude*. XIX Encontro da Compós, Rio de Janeiro, RJ, Brazil. Retrieved on January 25, 2019, from http://compos.com.puc-rio.br/media/gt11_everardo_rocha_claudia_pereira_ana_carolina_balthazar.pdf

Silva, F. A. B., & Araújo, H. E. (Coord.) (2010). *Indicador de desenvolvimento da economia da cultura*. Brasília: Institute for Applied Economic Research – Ipea.

CULTURAL ENJOYMENT ON DIGITAL MEDIA: CONNECTIVITY FOR ACCESSING CULTURAL DIVERSITY

Viviane Riegel¹, Joana Pellerano², Renato Vercesi Mader³ and Wilson Roberto Bekesas⁴

Studies about cultural enjoyment on digital media in Brazil still need to be expanded empirically and analytically. Existing investigations correspond to two areas of research – cultural consumption and digital media consumption. However, the main surveys about cultural consumption carried out in the last decade (Ministry of Culture [Minc]; Institute of Applied Economic Research [Ipea], 2007; Social Service of Commerce [Sesc], 2013; Trade Federation of the State of Rio de Janeiro [Fecomércio-RJ], 2016; JLeiva Cultura & Esporte, 2018) do not specifically, or thoroughly, address the use of digital media in these practices. Among the surveys about media consumption, the relationship with cultural consumption is found specifically in studies with young audiences, with emphasis to the project “Youths and cultural consumption in times of convergence” (Jacks, Toaldo, Wottrich, Oikawa, & Noll, 2010), which correlates the elements that constitute the identities of youths with cultural processes and practices that occur through media consumption. Thus, the surveys carried out by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br) linked to the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), with Brazilian individuals about cultural enjoyment on digital media, allows for a more in-depth analysis of these issues (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2017, 2018).

Among the discussions about cultural enjoyment on digital media, we emphasize the possibilities for accessing cultural diversity, i.e., the consumption of cultural products of different origins, local to foreign, through digital connectivity. Canclini (2009) explained that there is a dematerialization process of culture in digital media, which enables different consumption practices, forms of access and constructions of sociability. The study of diversity in cultural consumption relates to two interdependent phenomena, according to Appadurai

¹ PhD in communications and consumption practices from the School of Advertising and Marketing (ESPM/SP) and in sociology from Goldsmiths College, University of London.

² PhD in communications and consumption practices from the School of Advertising and Marketing (ESPM/SP).

³ PhD in communications and consumption practices from the School of Advertising and Marketing (ESPM/SP). Undergraduate communications professor at ESPM/SP.

⁴ PhD in communications and semiotics from Pontifical Catholic University of São Paulo (Puc-SP).

(1994): 1) increasing internationalization of cultural production and consumption; and 2) the effervescence of local artistic productions and reception, a phenomenon that cultural sociologists call the “indigenization” of cultural practices. The tension between these movements results in discussions about the consumption of national vs. international cultural products. Regarding this connection between cultural products of different origins that are consumed primarily on digital media, Cicchelli, Octobre and Riegel (2016) studied the development of what is considered aesthetic cosmopolitanism: “a cultural disposition involving an intellectual and aesthetic stance of ‘openness’ towards peoples, places and experiences from different cultures, especially from different ‘nations’ (Szerszinski and Urry 2002), or, indeed, taste ‘for the wider shores of cultural experience’ (Tomlinson 2009)” (p. 57). In Brazil, specifically, this phenomenon was also studied by Bekesas, Riegel and Mader (2016).

ANALYSIS

Based on the Cultural Activities module of the ICT Households 2017 survey (CGI.br, 2018) and the qualitative study “Culture and technologies in Brazil – a study about the cultural practices of the population and the use of information and communication technologies” (CGI.br, 2017), carried out with individuals all across Brazil, we analyzed the possibilities for accessing cultural enjoyment of products of different origins, through digital connectivity. The analysis is developed based on data about the origins (Brazilian and/or foreign) of music, films and series consumed by Brazilians on the Internet, by class, age and region of the household. Then, we conducted a comparison with research data from Youth Cosmopolitanism in Brazil, which focuses on the preferences and imaginary relative to the consumption of cultural products of different origins among youths 15 to 24 years old.

CULTURE AND TECHNOLOGIES IN BRAZIL

Cetic.br investigates the interface between information and communication technologies and culture in terms of the population’s cultural practices and ICT adoption by cultural facilities. Specifically regarding the study of cultural practices of Brazilians through the use of ICT, the surveys aim to: 1) investigate cultural consumption habits on the Internet; and 2) investigate creation and dissemination processes for content by individuals on the Internet.

For that, the Center carried out: 1) a qualitative study with 24 focus groups with individuals from different age groups and socioeconomic profiles in several Brazilian municipalities, conducted in March 2016 (CGI.br, 2017); and 2) a quantitative survey that is part of a module of the ICT Households survey, carried out with individuals 10 years old or older, with 23,592 household interviews carried out in 350 municipalities using a structured questionnaire administered on tablets, conducted between November 2017 and May 2018 (CGI.br, 2018). The goal of the survey was to investigate four dimensions: access; economic; diversity; and creative. The investigation then focused on the following: the role of the Internet in access to cultural goods; strategies adopted by Internet users to choose whether to acquire these goods online; the influence of the Internet on the diversity of what is offered and accessed; and the perceptions of individuals about the Internet as a space for creating and sharing content.

The qualitative study (CGI.br, 2017) revealed a unanimous demand for connectivity as an essential condition for enjoying digital culture. The reasons for online cultural consumption varied according to social structure and class. The users were connected through networks because of collective demands for study-research, individual factors such as enjoying media entertainment, or social issues. Among individuals belonging to higher social classes, the notion that they enjoy digital cultural consumption was more present and encompassing than among those in lower social classes.

Regarding cultural diversity, we highlighted the focus groups that were carried out with youths from different social classes, regions and age groups – 15 to 17 years old and 22 to 26 years old – that express great interest in international cultural products such as films, series, music and books. This consumption exposes them to, and can generate interest in, other cultures, as shown in the empirical study by Cicchelli and Octobre (2018).

For youths, foreign languages stimulate curiosity and are a condition for connecting to the world. Some respondents from different social classes (especially those with the highest income) stated that they prefer to consume audiovisual products in their native language, with or without subtitles: “I used to watch things dubbed, but then I began to watch a lot of things with subtitles, and now I can’t watch them dubbed anymore, because it doesn’t make sense.” One respondent recommended *Downton Abbey* “for people who want to learn English, their English is perfect, because it’s British English, very good for learning” (Brazilian Network Information Center [NIC.br], n.d.). Among those who preferred dubbed content, one individual in class DE highlighted the advantage of this resource for those who have not mastered other languages: “To pay better attention it has to be dubbed. Because when there are subtitles, you can’t really see what’s going on”.

Foreign music is consumed in English, Spanish and even Mandarin, and youths look up translations for the lyrics and their interpreters on social networking websites. Not all regions have easy access to international concerts, but many respondents reported travelling to São Paulo, Rio de Janeiro and Belo Horizonte to watch their favorite artists, like The Rolling Stones and Justin Bieber. Moreover, they watched presentations on live streaming or videos on social networking websites.

The literature has shown that some youths prefer foreign works translated into Portuguese. One youth said, “I don’t like Brazilian books, I have never read one”, citing foreign works such as *Pride and Prejudice*, *Wuthering Heights* and *Twilight*. This consumption of foreign material in Portuguese is also capable of opening doors to intercultural interests. One respondent decided to research museums after reading *The Da Vinci Code*: “Florence [Italy] has some very cool museums that I read about in the book and I thought they were very cool and wanted to visit them. So I went to Google Images to take a look”.

The quantitative study (CGI.br, 2018) revealed that the origin of cultural products consumed varied by area of residence (urban/rural), sex, level of education, age group, social class, family income and economic activity. Among the researched cultural products (music, films and series), music was the one most consumed online (by more than 89 million individuals), and represented the greatest percentage of Brazilian products (96.6%), in comparison with foreign music (56.9%), the lowest percentage among the groups. Films, the second most consumed product on the Internet (by over 59 million individuals), were divided more evenly between Brazilian (78.7%) and foreign (70.6%). Last, regarding the consumption of series on

the Internet (watched by over 44 million individuals), there was a greater proportion of foreign (83.8%) than Brazilian (52.8%) productions. The consumption of foreign series was also more predominant among classes A, B and C and in the youngest age groups – 16 to 24 years old and 25 to 34 years old. These age groups also consumed the most music, films and series – both Brazilian and foreign – on digital media.

The survey data revealed that the Internet *per se* expands possibilities for cultural consumption, clearly revealing the presence of multiculturalism in the provision of foreign products, especially in the audiovisual field. However, it is this same connectivity that creates barriers to the cultural consumption practices observed, which is typical of the consumption process, directed based on interest, income and type of Internet access. These barriers limit the effective potential of this medium to stimulate the consumption of cultural diversity.

Cetic.br's surveys add two relevant factors to the discussion about online cultural consumption. First, they highlight the socioeconomic inequalities that impact the possibilities of ICT access and use for consumption of online cultural products, a factor that goes hand in hand with inequalities in cultural participation in other media, also displayed in other studies, and equally present in the consumption of foreign products. Second, they address the origin of cultural products consumed and how foreign products are related to the use of mainstream international platforms – a factor explored in Youth Cosmopolitanism in Brazil.

YOUTH COSMOPOLITANISM IN BRAZIL

The Youth Cosmopolitanism in Brazil study refers to the research project of the same name that is part of the international project Youth Culture in the Age of Globalization (Cultures Juveniles à l'ère de la Globalization), originally developed in France and also carried out in Israel, South Korea and Canada. It is a comparative study in global cities with the goal of discussing how youths construct representations of themselves and of their relationships with the world, through the consumption of global or local cultural goods. The project investigates whether youths develop an aesthetic stance that enables the construction of a reflexive gaze towards the Other, and bases its understanding of this cultural-aesthetic cosmopolitanism on the analysis of cultural consumption and experiences with global culture, through which they construct their criteria for their judgements, knowledge and imaginary relative to the Other.

In Brazil, the survey was carried out with youths 15 to 24 years old. The empirical study took place in two steps. The first, carried out in 2015, was based on questionnaires (N = 500) and individual interviews (N = 80). The second, carried out in 2016 and 2017, used two new methodological tools to adapt the international project in order to reach greater understanding of the local context – the Cosmocult CardGame and cartography⁵ (N = 170) – with the goal of allowing youths to bring their own cultural repertoire to the study.

⁵ The Cosmocult CardGame is a card game in which players need to solve a fantasy situation inspired by cultural products and icon-cards, which allows them to deploy their cultural repertoire and provides clues about how they relate to this repertoire while they have fun. Applied cartography consists of putting together maps with references brought by each youth, marked with colorful tags, consisting of three layers – consumption products (brands and food items), places of interest (monuments and cultural and natural locations), and personalities (political and historical personalities, scientists, explorers, athletes, artists and celebrities) – and discussions about common references, reasons behind choices, the importance of the proposed groups, and the most/least cited countries/regions.

These youths accessed different media devices, television being the most consumed device (over 90% of respondents). However, on analyzing the most commonly used devices for cultural consumption, emphasis went to digital media, especially computers (20%) and smartphones (16%).

The primary origin of the flow of media culture for these youths was the United States, with mainstream products such as films, series, music and videogames. Foreign products were present in the daily lives of most individuals: More than 20% of the respondents primarily consumed foreign products, while 24% presented a greater balance between national and foreign products. The higher the social class, the more important this intercultural consumption, especially for products in English and from North America (40% of youths in classes A and B consumed mainly foreign products).

Preference for foreign products was related especially to the quality of production. The respondents stated that national productions have a reputation for being of low quality, with the exception of music (where there is great interest in various forms of Brazilian music such as MPB, samba, *funk* and *forró*).

Language was also a determining factor in the consumption of foreign products, considering that only 32% preferred the original version of foreign products, while 48% reported consuming them in translated, dubbed or subtitled format. Lack of familiarity with foreign languages reduced interest in foreign products among individuals in lower social classes. One respondent said, "I only listen to music or watch TV in Portuguese, because I don't speak English, I don't even speak Portuguese very well." On comparing this issue with data from the qualitative study Culture and technologies in Brazil, there was a similar concentration of consumption of cultural products in a foreign language among individuals in higher classes.

Seeing their reality reflected in cultural products also impacts consumption preferences, notably those associated with social class. In higher social classes, with higher purchasing power and greater access, some youths did not feel that they were specifically Brazilian, but were citizens of the world. One of them said, "I prefer consuming American cultural products, such as music, films, series, and I do so for fun, but also because I feel like part of the world, sharing the same tastes and time with millions of people around the world."

On the other hand, many youths from more peripheral contexts, who are not used to seeing themselves represented in TV shows or song lyrics, start to feel differently when they see their realities in mainstream cultural products. One said, "I really love the music from these new groups from the *favelas*, especially the MC's, because their lyrics show what my life is like, what we are like [...]" "It's also like the TV show *Esquenta*," explained another respondent.

Being mainstream means having a global perspective. One respondent said, "When I watch films and TV shows on Netflix, I have high-quality international content. These films can be watched and understood by everyone in the world, their stories and actions are fun and interesting for everyone. And I think that is why they are so successful."

In any case, international cultural products function as a starting point for a greater interest in the cultures that produce them. One youth said, "I love to read, and I truly believe that you get to know each part of the world through books. If you read a French novel, you'll understand that culture, and, then, the same thing with a German or Chinese novel." Another stated, "I think I connect to the world through these films, even though they take place far away, like in Asian cultures. I can begin to imagine what it's like to live in that country, to be from that part of the world."

Based on aesthetic contact with foreign cultural products, young individuals can develop a cosmopolitan disposition, which can include the relativization of one's own identity and the positive recognition of the Other's identity (Delanty, 2012). According to Bekesas, Riegel and Mader (2016), media consumption of mainstream cultural products enables interest in other cultures and the development of multiple reflexivities, which paves the way for the construction of a cosmopolitan stance.

FINAL CONSIDERATIONS

A cross-comparison between Cetic.br's surveys and the Youth Cosmopolitanism in Brazil survey shines a light on the role of the media in the daily lives of Brazilians and their importance in the development of a cosmopolitan disposition. The cultural and media industries are globalized (Appadurai, 1996), and there are greater possibilities for searching for and accessing their products through digital media. Cultural legitimacy has been reformulated, especially among youths, because of digital technologies, which highlight connections between groups and cultures. This multiplies the effects of the media on individual and collective imagination, creating new forms and content for consumption and production of cultural artifacts. Youths can inform themselves and consume cultural products from different countries and genres, without depending on having physical access to locations, or even without the cultural codes to understand specific repertoires.

The main international cultural products have full visibility and accessibility in Brazil; however, the cultural and financial ability to enjoy these items is mainly seen among elite groups. The asymmetry observed between social classes, geographical areas, devices and the cultural volume/variety consumed reinforces the inequalities present across the country. Nevertheless, some cross-sectional coincidences can be observed between the studies' different subjects.

Interest in other cultures is latent, especially among youths. Even those who do not consume foreign products recognize their value and relevance. While language or lack of representativity can drive them away from some international manifestations, they recognized the diversity of online content and the possibility of connecting with global culture. As stated by one of the qualitative study Culture and technologies in Brazil respondents: "We are inserted in this context as a 17-year-old, if we stop accessing this culture and stop watching series, reading books online, I'm on almost all social networks, we won't be a part of it anymore...We'll be there except it'll be like we're not" (NIC.br, 2018).

In conclusion, if high-speed connection and media devices that allow Internet use could reach a greater number of Brazilians, the enjoyment of cultural diversity would be increasingly present and wide-spread.

REFERENCES

Appadurai, A. (1994). Disjunção e diferença na economia global. In: Featherstone, M. (Ed.). *Cultura global*. Petrópolis: Vozes.

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bekesas, W. R., Riegel, V., & Mader, R. V. (2016). Consumo midiático juvenil em experiências cosmopolitas: Entre o entretenimento global e as práticas locais. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 13, p. 112-130.
- Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017). *Cultura e tecnologias no Brasil: Um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias da informação e comunicação*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Internet Steering Committee– CGI.br (2018). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2017*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Network Information Center– NIC.br (n.d.). Sectoral Study Culture and technologies in Brazil, 2016. [qualitative data]. Provided by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society in electronic format. Retrieved on December 12, 2018.
- Canclini, N. G. (2009). Consumo, acesso e sociabilidade. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 6(16), p. 111-127.
- Cicchelli, V., & Octobre, S. (2018). *Aesthetico-cultural cosmopolitanism and French youth*. London: Palgrave.
- Cicchelli, V., Octobre, S., & Riegel, V. (2016). After the Omnivore, the cosmopolitan amateur: Reflections about aesthetic cosmopolitanism. *Global Studies Journal*, 9(1), p. 55-70.
- Delanty, G. (2012). The idea of critical cosmopolitanism. In G. Delanty (Ed.), *Routledge handbook of cosmopolitanism studies*. New York: Routledge, p. 38-46.
- Jacks, N., Toaldo, M., Wottrich, L., Oikawa, E., & Noll, G. (2010). Jovem e consumo midiático: Dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. *Anais do XXIII Encontro Anual da Compós*, Belém.
- JLeiva Cultura & Esporte (2018). *Cultura nas capitais*. Retrieved on January 20, 2019, from <https://www.jleiva.co/cultura-nas-capitais>
- Ministry of Culture – Minc; Institute of Applied Economic Research – Ipea (2007). O consumo cultural das famílias brasileiras. In *Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento*. Coleção Cadernos de Políticas Culturais, v.3. Brasília: Ministério da Cultura, p. 17-56. Retrieved on February 19, 2019, from <https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/cadvol3.pdf>
- Social Service of Commerce – Sesc (2013). *Públicos de cultura*. Retrieved on January 20, 2019, from <http://www.sesc.com.br/portal/site/publicosdecultura/inicio/>
- Trade Federation of the State of Rio de Janeiro – Fecomércio-RJ (2016). *Pesquisa nacional sobre hábitos culturais*. Rio de Janeiro: Fecomércio-RJ and Ipsos.

COLLECTION DIGITIZATION: PRESERVING MEMORY IN THE FACE OF COPYRIGHTS

Juliana Novaes¹

In September 2018, Brazil witnessed a fire that devastated the National Museum, one of the most important in Latin America, with a collection of over 20 million artifacts (Alessi, 2018). This episode, in addition to provoking debates about the administration and allocation of public resources, also brought to light the importance of policies to preserve historical and cultural heritage.

In this context, technology emerges as an important tool to preserve these documents, enabling digitization and prevention in light of accidents and natural degradation processes. Furthermore, digitization allows for remote access to content, representing a key instrument in the democratization of knowledge, especially considering the great geographic disparities in the distribution of museums, libraries and cultural venues as a whole (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2017).

However, even though it is a very important instrument for preserving memory and culture, the digitization of collections still faces several barriers to implementation, such as lack of resources and qualified workforce, in addition to limitations of legal nature, such as those imposed by copyrights. A significant part of collections in Brazilian museums contain works protected by copyright, which makes them subject to the provisions set forth in the Copyright Law for digital reproduction (Law no. 9.610, 1998).

This article outlines laws regarding reproduction included in the Brazilian Copyright Law in terms of the digitization of collections, seeking to identify legal difficulties imposed on the production and distribution of digital copies of works by cultural facilities in the country.

In terms of methodology, this analysis is based on a literature review and an examination of the results of the survey on the use of information and communication technologies (ICT) in Brazilian cultural facilities: ICT Culture 2016, conducted by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), a department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br), linked to the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br).

¹ Law student at the University of São Paulo (USP). Works at the Legal Reference Center of Artigo 19. Co-organizer of the São Paulo chapter of Legal Hackers, cofounder of the Study Group for Innovation, Law, and Authorship at USP Law School, coordinator of the Projects Commission of the Youth Observatory.

THE BRAZILIAN CONTEXT OF COLLECTION DIGITIZATION

DIGITIZATION AS A PRESERVATION POLICY

There are numerous factors involved in the deterioration of printed collections, ranging from natural chemical transformations to the lighting and hygiene conditions in which they are kept (Greenhalgh, 2011).

Although cultural facilities may have resources that allow constant maintenance and restoration, documents and objects undergo natural systematic damage due to constant handling (Greenhalgh, 2011).

Thus, creating digital copies plays an important role in the longevity of physical collections, representing an efficient long-term preservation policy. Furthermore, storage in digital format is a way of ensuring safety in cases of accidents, such as fires and leakage.

REGIONAL DISPARITIES IN ACCESS TO MEMORY AND CULTURE

Another issue is disparities in the geographical distribution of cultural facilities. In Brazil, the South-Southeast axis houses more than half of the country's archives, libraries, cinemas and museums, according to Cetic.br's survey (CGI.br, 2017).

The South and Southeast regions have 68% of archives, 56% of libraries, 73% of cinemas, and 67% of museums. In this context, digitization emerges as a powerful tool for expanding the reach of the content available in these spaces, allowing remote consultation and access by individuals living in regions with low incidence of cultural facilities.

CHALLENGES TO COLLECTION DIGITIZATION IN BRAZIL

Although there are benefits of collection digitization and availability, this practice is not yet consolidated in the country.

Of the cultural facilities analyzed by the ICT in Culture 2016 survey (CGI.br, 2017), digitization practices were significantly present only in archives (74%), museums (58%), and culture points (63%). In contrast, only 29% of libraries, 30% of theaters, 36% of cinemas and 44% of heritage sites had digitized collections.

These percentages raise even more concerns when the amount of digitized collections in each type of facility is analyzed. Even among institutions that already practice digitization, there were great disparities between the total number of physical and digital copies.

Among 95% of libraries with books, newspapers and magazines, only 5% had the entire collection digitized. Similarly, 91% of archives kept official historical documents or archive records, but only 1% had them entirely in digital format. This reality is also repeated among museums, cinemas, culture points and theaters, with no more than 10% of cultural facilities completely digitizing collections of any type.

Another criterion that needs improvement is accessibility to digital collections, considering that digitization is not the same as public availability. In this direction, only 61% of archives, 25% of heritage sites, 18% of libraries, 27% of cinemas, 37% of museums, 51% of culture points and 15% of theaters adopted practices that enable public access to digital copies of their collections.

Thus, even though there are some initiatives involving the use of technology to preserve the historical and cultural heritage, online availability for use across the Brazilian territory is still far from being a reality (Martins, Silva, & Carmo, 2018).

There are many reasons for the low proportion of digital collections that are accessible to the public in the country, such as lack of funding, lack of qualified teams, low demand, difficulty ensuring the preservation of the digitized material, incompatibility with the institution's mission, outsourcing of digitization, and restrictions due to copyrights (CGI.br, 2017).

More specifically with regards to the barriers imposed by copyrights, cultural facilities of all types reported facing legal difficulties. The most affected were cinemas, libraries and culture points.

LEGAL CHALLENGES

INTRODUCTORY CONCEPTS ON COPYRIGHTS

When it comes to cultural facilities and, above all, digitization processes, the most relevant legal area is intellectual property law, which in Brazil is divided into two major fields: copyrights, which encompasses the protection of authorial works; and industrial property rights, which regulates creations of a utilitarian nature.

In this context, copyright law regulates the legal relationships involved in the use of artistic and authorial creations, as listed in Article 7 of Law no. 9.610/98 (Bezerra, 2013; Law no. 9.610, 1998, Art. 7).

Brazil has adopted the continental system of legally protecting the works of authors. According to this system, authorial rights are divided into moral and patrimonial rights (Zanini, 2011).

Moral rights regard the author's relationship with their work, which is based on the idea that creators should be recognized for their work (Valente & Freitas, 2017). Therefore, these are considered personality rights, which are listed in Article 24 of the Copyright Law (Lei n. 9.610, 1998, Art. 24).

In sum, moral protection involves the notion that authorial works are an extension of the creator's personality (Carboni, 2010), so their authorship should be recognized and the integrity of their work preserved.

On the other hand, patrimonial rights are associated with any financial gains that arise from the works. A list of examples of such uses is provided in Article 29 of the same Law (Law no. 9.610, 1998, Art. 29). Among other provisions, this article establishes the need for third-parties to obtain permission before reproducing, adapting and distributing works.

The foundation of patrimonial rights lies in encouraging innovators to create because they are guaranteed the possibility of commercially using their work. This idea is justified because it would be neither advantageous nor sustainable for authors to continue producing without any economic incentive (Stiglitz, 2008).

Therefore, two subjects are protected by the law, even though in practice, they may coincide in the same figure: The author, who has moral rights, such as the right to recognition of their authorship and the right to preserve the integrity of their work; and the copyright holder, who holds patrimonial rights over the work, such as the right to distribute and reproduce intellectual creations.

In terms of the process of digitizing collections, the main legal obstacle that appears is in the economic sphere of copyrights, because many of the activities involved in digital preservation, such as making copies of a work, distributing copies among institutions, and converting between formats involve the exercise of patrimonial rights (Besek et al., 2008).

LIMITATIONS TO DIGITIZATION ACCORDING TO BRAZILIAN COPYRIGHT LAW

As explained above, patrimonial rights are a way to ensure economic gain from creative works. This is guaranteed by restricting the use of works by third parties. Copyright holders get to decide on the work's circulation, allowing them to get paid when it is used by other people.

In this regard, the law establishes the need for prior and express authorization for third parties to reproduce, edit, adapt, and distribute works, in addition to storing them on computers, and including them in databases or any other modality of use that exists or may be invented.

However, there are no absolute rights, and the assets protected by intellectual property need to be regulated taking into account the aegis of public interest, which currently translates into demands for access to culture and information and freedom of expression (Valente & Freitas, 2017).

In this context, the law itself places limits on authors' patrimonial rights and right to restrict the use of their works. Consequently, there are cases in which one can use another's work without the need for permission. These possibilities include works in the public domain, which, due to time issues, are circulated without restrictions². Similarly, exceptions present in Article 46 of the Law include specific situations in which the work can be used without express consent (Law no. 9.610, 1998, Art. 46).

The exceptions provided for by law do not include the reproduction of works for the purpose of collection digitization, making this practice formally illegal when permission is not granted.

² There are other reasons for works to be in the public domain, besides the end of the protection period, such as the absence of a successor after the death of the author or unknown authorship, according to art. 45 of Law no. 9.610, 1998.

In the context of cultural facilities, many of the works stored there are protected by copyrights. They are not yet in the public domain, nor are they part of the exceptions listed in the Law. In these cases, express consent is required before the use of the works.

Although digital reproduction and public accessibility are necessary to preserve and democratize access to memory and culture, they are not expressly permitted by law and are subject to the owner's consent.

Identifying and contacting owners uses resources, and funds must be disbursed to establish contracts that authorize specific uses of the works, which usually occur only upon payment.

In other words, in addition to the already elevated costs that result from the digitization process itself, there are still unpredictable costs of authorization to reproduce works in the collection and allow their use.

Moreover, in some cases, owners are unknown or there is lack of consensus among the author's successors about the destination of the authorial creation, making it even more difficult to obtain the necessary consent (Rocha, 2018).

Consequently, the restrictive nature of current copyright legislation makes the digitization process bureaucratic and expensive for culture facilities in Brazil, which explains why it was often mentioned as a challenge by the institutions in the ICT in Culture 2016 survey (CGI.br, 2017).

PROPOSALS FOR CHANGING THE CURRENT COPYRIGHT LAW

The current law that regulates copyrights in Brazil was created in 1998, which implies two decades of technological development not included in its provisions.

Information and communication technologies enable faithful, low-cost and rapid reproduction of works protected by copyrights (Branco, 2007), changing the way they are distributed and generating tension between the need for preservation and copyright protection (Besek et al., 2008).

Because of these legal restrictions, the current Copyright Law was the subject of numerous debates, promoted by the Brazilian government at the end of the 2000s in the form of seminars and conferences (Wachowicz, 2015).

In the fact of this mobilization, an amendment proposal was submitted for public consultation on the Internet in 2010 (Center for Technology and Society, 2011). The first proposal contained provisions that, among other things, expanded the list of possible third-party uses of works without authorization.

Among the changes made to the text of the proposal in the first stage of the review process was permission for libraries, archives, documentation centers, museums, film libraries and other museum institutions to reproduce works for the purposes of conservation, preservation

and archiving (Ministry of Culture, 2010)³. The proposal also authorized culture and memory institutions to provide public access to works for research-related purposes.

With the change in government, the proposal was sent back to the Ministry of Culture for re-analysis. In 2011, it was later submitted again for public consultation, this time without the use of the Internet (Liguori Filho, 2016). The second consolidated version contained significantly fewer contributions, resulting in a more restrictive version than the previous one, considerably limiting the range of situations in which unauthorized use of works would be allowed (Center for Technology and Society, 2011).

After being analyzed by the Ministry of Culture and the Interministerial Group on Intellectual Property⁴, the document was sent to the Office of the President's Chief of Staff to be sent to Congress at a later date (Wachowicz, 2015).

However, because of turbulent changes in the government and incessant conflicts of interest involved in the law's reform, up to the date of this article, the proposal had not yet been sent to Congress (Valente & Mizukami, 2014).

In the current Brazilian scenario, the need to preserve and disseminate historical and cultural collections is surrounded by legal conflict, and the executive branch has no plans to resume the initiative to review the law.

CONCLUSION

An analysis of the barriers to preservation and conservation of collections by cultural facilities in the country shows that digitization is an important tool. The digital format not only allows a form of storage that protects materials from degradation, but is also an important mechanism to protect items against accidents.

Moreover, the ICT in Culture survey points to significant geographical inequalities in the distribution of cultural facilities across the country, with a higher concentration of these institutions in the South and Southeast regions (CGI.br, 2017). In light of this, in addition to durability, the availability of collections in digital format provides opportunities to expand access in regions with a lower presence of these facilities.

³ The first version of the draft bill included the following text:

Article 46. The use of protected works in the following cases does not constitute infringement on copyrights and therefore waives the need for prior and express authorization from copyright holders and payment by those who use it:

XIII – necessary reproduction for the conservation, preservation and archiving of any work, for noncommercial purposes, as long as it is performed by libraries, archives, documentation centers, museums, film museums and other museum institutions, at the necessary level to meet its goals;

XVI – publicizing and making intellectual works available to the public that are part of collections or library collections, archives, documentation centers, museums, film libraries and other museum institutions, for research, investigation or study purposes, by any means or process, inside their facilities or through their closed informatics networks.

⁴ More information about the Interministerial Group on Intellectual Property on the website of the Ministry of Industry, Foreign Trade and Services. Retrieved on January 14, 2019, from <http://www.mdic.gov.br/index.php/inovacao/inovacao-global-e-propriedade-intelectual/propriedade-intelectual/gipi-grupo-interministerial-de-propriedade-intelectual>

However, even though the practice of digitization is highly relevant to providing more democratic access to memory and culture in the country, institutions encounter a series of difficulties in its implementation.

Among the reported barriers are those relative to copyrights, because it is only possible to digitally convert works and make them available to the public with prior express authorization from copyright holders. This restriction, in turn, makes the process extremely expensive and, in many cases, impossible.

In light of the inadequacy of the law in the face of the new scenario of the dissemination of new technologies, the executive branch proposed that the law be reformed, but the initiative was discontinued because of political controversy.

Imposing restrictions on digitization processes in cultural facilities also means limiting mechanisms to preserve collections and possibilities for expanding and democratizing access.

In this context, future reform of the copyright law must take into account the current restrictive scenario, seeking to balance protection of authors and copyright holders without imposing excessive barriers to access to memory and culture in the country.

REFERENCES

- Alessi, G. (2018). A ciência perdida no incêndio do Museu Nacional. *El País*. Retrieved on October 28, 2018, from https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/05/politica/1536160858_009887.html
- Besek, J. M., Coates, J., Fitzgerald, B., Mossink, W., LeFurgy, W. G., Muir, A., and Weston, C. D. (2008). Digital preservation and copyright: An international study. *International Journal of Digital Curation*, 3(2). Retrieved on January 15, 2019, from <http://www.ijdc.net/issue/view/5>
- Bezerra, A. C. (2013). Direitos autorais e cultura da cópia na era digital. *Logos* 39, 20(2), (Ética e autoria), 6-18.
- Branco, S. (2007). *Direitos autorais na Internet e o uso de obras alheias*. Rio de Janeiro: Lumen Juris. Retrieved on January 14, 2019, from <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2832/Sergio%20Branco%20-%20Direitos%20Autorais%20na%20Internet.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities: ICT in Culture 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Carboni, G. (2010). *Direito Autoral e autoria colaborativa na economia da informação em rede*. Retrieved on January 14, 2019, from <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/40124>
- Center for Technology and Society (2011). *Direitos autorais em reforma*. Rio de Janeiro: FGV Direito Rio. Retrieved on January 14, 2019, from <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/8789/CTS%20%E2%80%93%20Direitos%20Autorais%20em%20Reforma.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Greenhalgh, R. D. (2011). Digitalização de obras raras: Algumas considerações. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 16(3), 159-167.
- Law no. 9.610, of January 19, 1998* (1998). Alters, updates and consolidates legislation about copyrights and other provisions. Retrieved on February 5, 2019, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm
- Liguori Filho, C. A. (2016). *Tente outra vez: O anteprojeto de reforma da lei de direitos autorais, sua compatibilidade na sociedade da informação e a espera pela reforma que nunca chega*. Master's Dissertation, Getúlio Vargas Foundation, São Paulo. Retrieved on January 14, 2019, from <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/17603>

Martins, D. L., Silva, M. F., and Carmo, D. (2018). Acervos em rede: Perspectivas para as instituições culturais em tempos de cultura digital. *Em Questão*, 24(1). Retrieved on January 14, 2019, from <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/72951/44342>

Ministry of Culture (2010). *Consulta pública para modernização da lei de direito autoral*. Retrieved on January 15, 2019, from <http://www2.cultura.gov.br/consultadireitoautoral/consulta/>

Rocha, C. (2018). *Quais os entraves na digitalização de acervos no Brasil*. Nexo Jornal. Retrieved on February 11, 2019, from <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/02/23/Quais-os-entraves-na-digitaliza%C3%A7%C3%A3o-de-acervos-no-Brasil>

Stiglitz, J. E. (2008). Economic foundations of intellectual property rights. *Duke Law Journal*, 57(63). Retrieved on January 14, 2019, from <https://scholarship.law.duke.edu/dlj/vol57/iss6/3>

Valente, M. G., and Freitas, B. C. (2017). *Manual de direitos autorais para museus, arquivos e bibliotecas*. Rio de Janeiro: FGV.

Valente, M., and Mizukami, P. N. (2014). *Copyright Week: O que aconteceu com a reforma do direito autoral no Brasil?* Retrieved on January 15, 2019, from <https://br.creativecommons.org/copyright-week-pt/>

Zanini, L. E. (2011). A proteção internacional do direito do autor e o embate entre copyright e droit d'auteur. *Rev. SJRJ*, 18(30), 115-130.

Wachowicz, M. (2015). A revisão da lei autoral. Principais alterações: Debates e motivações. *PIDCC*, 4(8). Retrieved on January 15, 2019, from <http://pidcc.com.br/artigos/082015/21082015.pdf>

THE TAINACAN PROJECT: EXPERIMENTS, LESSONS AND DISCOVERIES RELATIVE TO DIGITAL CULTURE IN THE UNIVERSE OF MEMORY INSTITUTION COLLECTIONS

Dalton Lopes Martins¹, José Murilo Costa Carvalho Júnior² and Leonardo Germani³

In 2009, through its then recently created area specialized in digital culture, the Brazilian Ministry of Culture (Minc) promoted a debate about the issue of collection digitization in the cultural field, which led to the conclusion that there was a need for a national policy for the sector. The discussion took place in the Digital Memory topic of the Brazilian Digital Culture Forum (Lourenço, 2009), and was further developed the following year at the International Symposium on Public Policy for Digital Collections.⁴

Discussion about public and private collections is not recent in Brazil, a country with a great diversity of institutions that handle tangible and intangible collections. Within the country, there are good reasons that justify the organization of specific public policies for digital collections, and, eventually, the actual development of an institution with this mission. Digitization allows broad and effective integration of different institutions and collections and preservation of the cultural heritage, which exponentially expands conditions for accessing information and culture. However, the digitization process poses important challenges to the process of integration and its sustainability. Issues such as technical standards of digitization,

¹ Professor in the library science course of the School of Information Sciences (FCI) and the post-graduate program in information sciences (PPGCInf) of the University of Brasília (UnB). Bachelor's degree in electrical engineering, and a master's degree in computer engineering, both from the State University of Campinas (Unicamp). PhD in information sciences from the School of Communication and Arts of the University of São Paulo (ECA-USP). Coordinates the Tainacan research project – open-source software for the social construction of digital repositories – in partnership with the Ministry of Culture (Minc) and the Brazilian Institute of Museums (Ibram).

² Specialist in Internet projects in the government. Has worked on institutional sites in the Ministry of Federal Administration and State Reform, the Ministry of Science and Technology (Scientific Information and Dissemination), the Ministry of Culture (Strategic Information and Digital Culture) and the Brazilian Institute of Museums (Museum Information Architecture). Coordinated the projects CTJovem and CulturaDigital.Br and was the Portuguese editor at Global Voices Online of the Berkman Center at Harvard University. Promotes reflection on the digital environment as an ecosystem in the digital ecology network.

³ Researcher, journalist and software developer, master's in business from the Pontifical Catholic University of São Paulo (Puc-SP) and coordinator of the development team of the Laboratory for Participatory Public Policies of the Federal University of Goiás (UFG).

⁴ More information on the Digital Culture website. Retrieved on January 14, 2019, from <http://culturadigital.br/simposioacervosdigitais/>

data hosting, digital preservation, indexing, cataloging and classification models, metadata standards, and semantic data descriptions, among many others, require a complex governance model that considers the diversity of institutional actors and their informational realities.

In 2014, a partnership was established with the Laboratory for Participatory Public Policies (L3P)⁵ of the Federal University of Goiás (UFG) – currently migrating to the University of Brasília (UnB) –, which contributed its expertise to reflection about adequate technological solutions to these issues. It was necessary to create an open-source and user-friendly technological solution, capable of demystifying the exercise of interoperability among data models from different cultural collection domains (museums, libraries, film libraries, archives). This solution was called Tainacan.

Throughout 2017 and 2018, many important cultural institutions, both public and private, joined the Tainacan project and implemented the software, including the National Arts Foundation (Funarte), the Brazilian Institute of Scientific and Technological Information (IBICT), the Indian Museum – which is affiliated with the National Indian Foundation (Funai) – the National Historical Museum, the Cultural Complex of the National Museum of the Republic, the Memorial of Indigenous Peoples, and the Museum of Art of Brasília. At the University of Brasília (UnB), the Federal University of Piauí (UFPI), the Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS), the Federal University of Santa Catarina (UFSC) and the University of São Paulo (USP), among other institutions, Tainacan is being used to organize collections and for teaching purposes, to train museologists and other professionals.

The aim of the present article was to present the contributions, results, theoretical formulations and experiments carried out by the project to the research community and those interested in cultural issues related to the Internet.

ANALYSIS

Of the 22 studies inspired by the project, five were presented at scientific events and the other 17 were published in scientific journals, mostly in the area of information science, as can be observed in the references section of this article. To make contextualization easier, the studies were grouped into seven analytical categories, as shown in Table 1.

⁵ More information on the laboratory's website. Retrieved on January 14, 2019, from <https://l3p.fic.ufg.br/>

TABLE 1
SCIENTIFIC PRODUCTION BASED ON THE
TAINACAN PROJECT

Category	Amount of works
Theoretical conceptions	2
Social media	3
Information policies	3
Information systems	3
Web semantics and ontology	4
New indicators	3
Case studies	4
TOTAL	22

The first category, theoretical conceptions, consists of work dedicated to discussing concepts and theories that sustain the project's premises, especially those directed at memory, social practices and digital culture. The article "Memory as practices in digital culture" (Martins & Carvalho Júnior, 2017) discusses how the concept of memory has changed in light of the paper-to-digital transition. Memory institutions are no longer at the center of information archiving, which until recently was produced to meet political and social demands for a state view. The nuances of digital format socialize the technological support required to produce and archive information, expanding the boundaries of what it means to "publish." This has required that memory institutions, which have become increasingly important in the historical context of the information explosion, as curator agents of chaos, produce other social practices of curatorship and social relationships with their users. In "Digital culture practices" (Martins, 2018), the aim was to conceptualized the digital culture perspective, understood less as a predefined concept and more as a logic for observing social practices that can be understood as forms of culture.

The second category is composed of studies that address social media. These are concerned with understanding how these platforms are being used by memory institutions and how these new practices can be incorporated into the new production and management dynamics of digital repositories of culture. In "Social media in the era of libraries 2.0: a study about libraries in Brazilian federal education institutions and future perspectives for digital preservation" (Rezende, Martins, & Silva, 2016), the results showed that most public universities use Web 2.0 tools with a social approach, mostly aimed at disseminating institutional information (65% of posts), with Facebook (43%) and Twitter (29%) being the most common platforms.

The authors of "The presence of Brazilian museums on social media: the Facebook case" (Martins, Carmo, & Santos, 2017), analyzed the content posted by 210 museums that self-reported Facebook pages as their official website on the Brazilian Institute of Museum's (Ibram) National Registry of Museums⁶. The article collected 157,255 posts by museums published between early 2008 and July 2017, putting together one of the largest historical series of social

⁶ More information on Ibram's website. Retrieved on January 14, 2019 from <http://www.museus.gov.br/sistemas/cadastro-nacional-de-museus/>

media content for research on Brazilian museums. The authors found that images accounted for approximately 67% of the content published, followed by links, with 21%, and videos, with 5%. The content with the largest repercussions and user engagement were invitations to events, accounting for 76% of the reactions and 78% of the comments produced. Last, “Scientific initiatives to archive and preserve content on social media: a current overview” (Rezende & Martins, 2018) identified how content published on social media has been preserved.

The production about information policy discuss and analyze how international information services have solved the problem of cultural digital collection management and integration, in addition to understanding the impacts of these services and new research techniques in the new field of digital humanities. In “State-of-the-art in digital humanities research in Brazil” (Oliveira & Martins, 2017), the authors reviewed Brazilian scientific digital humanities articles obtained from several databases. The study identified 47 research initiatives, including articles, book chapters, theses and dissertations, and research groups. The study concluded that this is still an emerging theme in Brazil, and there is no consistent work or research community that seeks to advance the concepts in applied and experimental cases in Brazilian projects.

The article “Networked collections: perspectives for culture institutions in the era of digital culture” (Martins, Silva, & Carmo, 2018) identified Brazilian and international actions that aim to combine collections into networks, expanding the service capacity of integrated search systems in digital cultural repositories. The goal of the study was to map references that could inspire and serve as technical and conceptual research parameters for the Tainacan project. The article discusses the reasons for developing a service of this nature in light of the goals set forth in the National Culture Plan and the current Brazilian scenario, where there are still no plans for a significant project to integrate the various Brazilian institutions into online supply and availability of their digital collections.

Finally, “Lab for Participatory Public Policies: open source technologies for cultural information management” (Martins, 2017) describes the laboratory responsible for generating and developing the Tainacan project and the research involving it, as well as the conceptual and empirical needs of digital cultural collections. The authors discuss the reasons for and the relevance of adopting open source software in cultural management, considering the Brazilian institutional scenario and the desire to encourage national creativity in the management of the country’s diverse and complex culture.

In the information systems category, an important contribution to the Tainacan project was the analysis of systems for libraries and digital repositories. This analysis identified open source software used in the field, comparing its functions and assessing how it could be harnessed and adapted to the reality of the Brazilian cultural institution scene. The criteria were gathered and summarized in a single instrument, based on various international references, in “Criteria for assessing digital library systems: a proposal based on new analytical dimensions” (Martins & Silva, 2017). Based on concepts extracted from the theory of information architecture and a literature review of the international scientific production on the topic, the authors described a total of 182 functions that software should perform. To apply the criteria identified in the study of open source software to the field of cultural repositories, a second work of this type was produced, “Comparison between systems to create digital collections: an analysis of Dspace, Eprints, Fedora, Greenstone and Islandora open source software based on new analytical dimensions” (Martins, Silva, & Siqueira, 2018), which analyzed the main applications

mentioned and recommended by researchers in the field of digital repositories. The results of the study showed that, for the 182 functions, Dspace was the most complete, performing 103. However, of the 36 suggested functions involving collaboration and social interaction, Dspace presented only five of them. These results are noteworthy, because they strongly impacted the research group, causing them to question whether they should adopt a software program that would require that the functions essential to the project undergo extensive customization, given that networked collaboration and participatory processes were the starting requirements of the project. Thus, in the experimentation and application phase of the system, the study “Proposal of a faceted classification plan for federal universities” (Brandão & Silva, 2018) presented the implementation of a plan of faceted classification for archival documents in a federal university, based on the functions of Tainacan.

The first two studies carried out in the web semantics category aimed to understand the possible collaboration of ontology editors to facilitate collective tasks of conceptual information modeling, using the 3C model (communication, cooperation, coordination) and the 4C model (communication, coordination, collaboration, cooperation). The article “Assessment of collaboration models in ontology editor software programs” (Santana, Silva, Martins, & Siqueira, 2018) used the 3C model to compare the collaboration models used by six ontology editors – MusicBrainz, OntoWiki, Semantic MediaWiki, Tainacan, WebProtégé and Wikidata – to verify whether they answered five questions created by the authors, and also whether they met the specificities of Web 2.0, which benefits from collective intelligence and fosters connection among people. The questions answered in the first article were: Is there a discussion page or space for comments? Is there a collaboration ranking? Does it allow for sharing on social media? Is there moderation approval? and last, Is there democratic approval?.

The article “Analysis of collaborative software models in ontology editors using the 4C model of collaboration” (Martins, Silva, Siqueira, & Santana, 2018) found a total of 97 functions classified as communication (10), collaboration and cooperation (73) or coordination (14). The results of the comparison among software programs showed that Tainacan had the greatest number of functions assessed⁷, with 41.2%. The first and second runners-up, Wikidata and WebProtégé (24.7% and 19.6%), lagged far behind Tainacan.

The article “Web semantics and data extraction to compose a structural model for data obtained from the results of scientific production” (Santarém Segundo & Martins, 2018) described an experiment to extract automatically described data from a digital repository of scientific production and transform this information into a semantic pattern using the RDF data model, based on the Dublin Core metadata standard.

Finally, “FAIR principles and best practices for using linked data in research data publication” (Silva, Santarém Segundo & Silva, 2018) identified the possibility of publishing research data according to the FAIR data principles (findable, accessible, interoperable, reusable), based on the adoption of web semantics technology, and using linked data⁸ as an effective solution for its implementation in the Web environment. To this end, the study described research data

⁷ At the time of the study, a prototype of the Tainacan was used, adapted for the collaborative editing of ontologies. These functions were not incorporated into the current version of the platform.

⁸ The term linked data refers to the use of a set of technologies and best practices that enable the publication and interconnection of structured data on the Web.

in its typological context, followed by the FAIR principles and linked data. Linked data was detailed in the group of best practices for data publication on the Web and its benefits. Next, the authors analyzed the FAIR principle guidelines and sought the appropriate guidelines and technologies in the linked data best practices for publishing research data on the Web, so as to meet the FAIR principles.

The study of new indicators focuses on mapping new ways to identify the circulation of digital objects, especially in the digital and social media universe, and how they are used, appropriated, referenced and reused by users. The article “Altmetrics: complexities, challenges and new ways of measuring and comprehending scientific communication on the social Web” (Maricato & Martins, 2017) is a theoretical study that conceptualized the altmetrics movement (alternative metrics) for measuring the impact of scientific production on the Internet and how it could be used to measure digital circulation of cultural objects on the Internet.

In “Social appropriation of relationship networks: webmetrics as a perception tool in the production of internal references (outlinks) and external references (backlinks)” (Silva & Martins, 2018), the authors used social network analysis methodology to show how digital objects in a social networking website are referenced and used by other information systems, such as educational objects, citations in scientific research, and references for newspaper and institutional site texts, among others. The work was based on the data from the Rede Humaniza SUS⁹, of the Brazilian Unified Health System, and mapped a total of 4,609 outlinks and 1,203,191 backlinks of a historical series containing ten years of webometric data about the Internet. It also identified the importance of social media and institutional sites for health management units as spheres of information circulation and appropriation.

Finally, “Hyperconnected collections: reflections about the construction of technological maturity parameters for museums” (Martins, Martins, & Carmo, 2018) presents an analytical proposal for how to measure technological maturity of museums. Structured in seven analytical dimensions – institution characteristics, human resources, governance, information technology (IT) infrastructure, media and communication, institutional management and information management – the survey expanded the concept of technology to museum institutions, demonstrating that there are various elements, beyond technical ones, that must converge to enable good resource management and operationalization. The study investigated the 30 federal museums affiliated with Ibram, presenting and discussing the results for each museum.

Finally, the goal of mapping out the case studies was to provide details about how the projects for implementing and using Tainacan were developed, in addition to lessons learned, problems identified, and solutions proposed based on its application. The first case study was “Digital repository using the open source Tainacan software: a review of the tool and an example of implementation in the cultural field with *Filme Cultura* magazine” (Martins, Silva, Santarém Segundo, & Siqueira, 2017), which presented the implementation process of the *Filme Cultura* repository, a magazine linked to the film area and produced by the Audiovisual Secretariat of the Ministry of Culture.

The second case study presented a report about the Afro-Digital Project, the result of a call for proposals for fostering Afro culture, promoted by the Ministry of Culture in 2013.

⁹ More information on the initiative's website. Retrieved on January 14, 2019, from <http://redehumanizasus.net/>

The article “Brazilian museums and hyperconnectivity: the experience with the Tainacan platform in accessing Afro-Digital heritage” (Maia, 2018) presented the first experimental version of Tainacan that went online, describing how the collections were built by the participants in the public call and the first system-setting functions, such as metadata, filters, and possibilities for networked collaboration.

The third case study, “Indian Museum: case study of the migration process and opening semantic linked data of the museum’s collection using Tainacan open source software” (Martins, Carmo, & Germani, 2018), describes the important work of migrating the data from the Indian Museum collection on a PHL platform to Tainacan. This study presented seven methodological steps for performing migration, starting with an analysis of the organization of the museum’s information, continuing with data collection, processing and normalization, semantic enrichment, and ending with making the data open to the public. The article had an important methodological contribution and sought to describe the steps of migration, emphasizing the software used in each, as well as the technical processing and operations conducted with the data to give them more synthetic and semantic consistency.

Last, “Preserving university collections: registering collections on digital platforms as a source of information” (Gomes & Freitas, 2018) presents how museology professors and technicians at the Federal University of Rio Grande do Sul used Tainacan to create a repository tool for the curricular exhibits organized by the course over its ten years of existence.

CONCLUSION

The research surrounding the Tainacan Project is diverse and multifaceted, presenting technical and conceptual nuances from associated areas, such as information science, computer science, sociology and culture. The studies sought to understand and demonstrate, within a broad range of investigations, how various issues need to be addressed in parallel, and at the same time, to reflect on the possibilities and potentials of possible public policy for networked digital collections.

Several issues expand the subject and increase its complexity, including concerns about data publication information systems, conceptual and semantic models for representing information within a broader perspective of digital culture, networked governance, and the preservation of content published on social media. Memory institutions and their digital objects do not just contain informational content that needs to be represented and processed. They also represent potential tools for social development, expanding the use of the Internet based on belief in collective intelligence, and increasing social appropriation and reuse of these objects as elements to encourage culture to flourish, within the reach of its symbolic values.

Without a doubt, the digital format is proving to be an irreversible path in terms of reaffirming the importance of strategies to preserve and socialize cultural values for social development. It is also clear that incorporating cultural collections in integrated search services is a way of valuing these collections, simplifying users’ lives, and generating new possibilities for digital research and innovation that can be explored in different ways. Substantial databases of cultural content can impact services in the tourism sector. They can also support the development of innovation in the fields of artificial intelligence and machine learning (such as identifying

patterns, automatic indexation, among others), the educational area and public management of cultural initiatives. There is huge social potential to be developed in the country, and to this end it is essential to align the outlook of public management, how technology is understood, and a social perspective that comprehends all the different dimensions of the problem and works on them together. This is the direction indicated by the contributions of the Tainacan project. May the future be promising.

REFERENCES

Brandão, R. S., & Silva, M. F. (2018). Proposta de plano de classificação facetado para as universidades federais. *RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 16(1), 104-118.

Gomes, D. S., & Freitas, N. (2018). A preservação das coleções universitárias: o registro dos acervos em plataformas digitais como fonte de informação. *Revista Eletrônica Ventilando Acervos*, 6(1), 56-62.

Lourenço, R. S. (2009). *Memória digital: Documento base para o Fórum de Cultura Digital Brasileira*. Retrieved on January 14, 2019, from <https://www.slideshare.net/Culturadigital/documento-do-eixo-memoria-digital>

Maia, M. R. de C. (2018). Museus brasileiros e a hiperconectividade: a experiência com a plataforma Tainacan no acesso ao patrimônio Afro-Digital. *Revista Museu*, 1, 1-6.

Maricato, J. de M., & Martins, D. L. (2017). Almetria: complexidades, desafios e novas formas de mensuração e compreensão da comunicação científica na Web social. *Revista Biblios*, 68, 48-68.

Martins, D. L. (2017). Laboratório de políticas públicas participativas: tecnologias livres para a gestão de informações culturais. In J. P. Mehl, & S. P. Silva (Eds.). *Cultura digital, internet e apropriações políticas*. Rio de Janeiro: Folio Digital.

Martins, D. L. (2018). As práticas da cultura digital. *Anais do Seminário Ciência, Políticas e Metodologias de Pesquisa: Diálogos Brasil e Portugal*, Sorocaba, SP.

Martins, D. L., Carmo, D. do., & Germani, L. B. (2018). Museu do Índio: estudo de caso do processo de migração e abertura dos dados ligados semânticos do acervo museológico com o software livre Tainacan. *Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, Londrina, PR, Brazil.

Martins, D. L., Carmo, D., & Santos, W. S. (2017). A presença dos museus brasileiros nas mídias sociais: o caso do Facebook. *Revista Morpheus: Estudos Interdisciplinares em Memória Social*, 10, 1-18.

Martins, D. L., & Carvalho Junior, J. M. C. (2017). Memory as practices in digital culture. In Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br. *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities – ICT Culture 2016*. São Paulo: CGI.br.

Martins, D. L., & Silva, M. F. (2017). Critérios de avaliação para sistemas de bibliotecas digitais: uma proposta a partir de novas dimensões analíticas. *IncID: Revista de Ciência de Informação e Documentação*, 8(1), 100-121.

Martins, D. L., Silva, M. F., & Carmo, D. (2018). Acervos em rede: perspectivas para as instituições culturais em tempos de cultura digital. *Em Questão*, 24(1), 195-216.

Martins, D. L., Silva, M. F., Santarém Segundo, J. E., & Siqueira, J. (2017). Repositório digital com o software livre Tainacan: revisão da ferramenta e exemplo de implantação na área cultural com a revista *Filme Cultura*. *Anais do 18º Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, Marília, SP, Brazil.

- Martins, D. L., Silva, M. F., & Siqueira, J. (2018). Comparação entre sistemas para criação de acervos digitais: análise dos software livres Dspace, Eprints, Fedora, Greenstone e Islandora a partir de novas dimensões analíticas. *InCID: Revista de Ciência de Informação e Documentação*, 9(1).
- Martins, D. L., Silva, M. F., Siqueira, J., & Santana, D. V. (2018). Análise dos modelos colaborativos de softwares para edição de ontologias por meio do Modelo 4C de colaboração. *Em Questão*, 25(1), 267-294.
- Martins, L. C., Martins, D. L., & Carmo, D. do. (2018). Acervos hiperconectados: reflexões sobre a construção de parâmetros de maturidade tecnológica em museus. *Anais do Encontro Internacional de Organismos Museológicos Hiperconectados*, Assunção, Paraguay.
- Oliveira, L. F. R., & Martins, D. L. (2017). O estado da arte em pesquisas sobre humanidades digitais no Brasil. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, 10(1), 9-20.
- Puntoni, P. (2017). Rede Memorial: Cultural digital, redes colaborativas e a digitalização de acervos memoriais no Brasil. In B. Göbel, & G. Chicote (Eds.). *Transiciones inciertas: Archivos, conocimientos y transformación digital en América Latina*. pp.120-152. La Plata: Universidad Nacional de La Plata; Berlín: Ibero-Amerikanisches Institut. Retrieved on January 14, 2019, from <https://www.libros.fahce.unlp.edu.ar/index.php/libros/catalog/view/99/123/967-1>
- Rezende, L. V. R., & Martins, D. L. (2018). Iniciativas científicas de arquivamento e preservação de conteúdos em mídias sociais: panorama atual. *Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação*, 11(1), 219-236.
- Rezende, L. V. R., Martins, D. L., & Silva, M. F. (2016). Mídias sociais em tempos de bibliotecas 2.0: um estudo em bibliotecas das instituições federais de ensino brasileiras trazendo perspectivas futuras para a preservação digital. *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 14(3), 484-500.
- Santana, D. V., Silva, M. F., Martins, D. L., & Siqueira, J. (2018). Avaliação de modelos para colaboração em software editores de ontologia. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, 14(3), 123-141.
- Santarém Segundo, J. E., & Martins, D. L. (2018). Websemântica e extração de dados na composição de modelo estrutural para dados de resultados de produção científica. *Anais do 6º Encontro Brasileiro de Bibliometria e Cientometria*, Rio de Janeiro, RJ, Brazil.
- Silva, E. A., & Martins, D. L. (2018). Apropriação social de redes de relacionamento: a webometria como ferramenta da percepção da produção de referenciais internas (outlinks) e externas (backlinks). *Anais do 6º Encontro Brasileiro de Bibliometria e Cientometria*, Rio de Janeiro, RJ, Brazil.
- Silva, L. C., Santarém Segundo, J. E. & Silva, M. F. (2018). Princípios de FAIR e melhores práticas do Linked Data na publicação de dados de pesquisa. *Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, Londrina, PR, Brazil.

FUNDING CULTURE THROUGH THE APPLICATION OF ICT: THE BNDES CULTURE MATCHFUNDING PROGRAM¹

Patricia Zendron², Eduardo Bizzo de Pinho Borges³, Maria Araujo Parreiras⁴ and Vitor Straub de Moraes⁵

The issue of funding is recognized as one of the challenges to structuring and developing the culture economy, not only in Brazil, but also internationally, as stated in the annual report of the United Nations Conference on Trade and Development (United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2013).

Furthermore, the creative and cultural industries are expected to grow 4.4% per year by 2022, according to PricewaterhouseCoopers (PricewaterhouseCoopers [PwC], 2018), compared with the annual global growth of 3.7% estimated for the next two years by the International Monetary Fund (International Monetary Fund [IMF], 2018). This strong economic dynamism, as well as social and cultural externalities, explain the various successful experiences relative to the promotion of creative and cultural industries as a vector of development. Thus, expanding access to sources of funding represents a priority agenda for realizing this potential.

In Brazil, however, the current economic scenario and the fiscal crisis have led to reductions in public budgets for culture at the federal, state and municipal⁶ levels. This context has also resulted in less private investment via the Rouanet Law, with a reduction of 11% in nominal values between 2014 and 2017.⁷

In this restrictive context, information and communication technologies (ICT) represent opportunities to develop innovative instruments for funding, since they diversify sources. As shown in the ICT in Culture 2016 survey (Brazilian Internet Steering Committee

¹ The authors would like to express their gratitude for the comments and support of Luciane Gorgulho, department head at the Brazilian Development Bank (BNDES), Tatiana Leite, from the Benfeitoria crowdfunding platform, and Leonardo Letelier and Stefano Giarelli, from Sitawi Finance for Good. This article is the sole responsibility of the authors and does not necessarily reflect the views of BNDES.

² Economist at the BNDES Department of Education and Culture.

³ Manager of the BNDES Department of Education and Culture.

⁴ Economist at the BNDES Department of Education and Culture.

⁵ Intern at the BNDES Department of Education and Culture.

⁶ The portion of the Federal government's budget dedicated to culture decreased 9.5% in nominal value from 2017 to 2018 (Transparency Portal & Ministry of Culture [Minc], 2018).

⁷ More information on SalicNet's website. Retrieved on January 18, 2019, from <http://sistemas.cultura.gov.br/comparar/salicnet/salicnet.php>

[CGI.br], 2017), there is room for more fundraising mechanisms through ICT use in the cultural sector. The survey showed that the use of computers and the Internet to increase fundraising contributed substantially to 37% of culture points and 35% of cinemas. However, it did not contribute in the case of libraries (26%), theaters (35%) and cultural heritage sites (21%).

The survey also found that, with the exception of culture points, in all types of cultural facilities, most respondents did not conduct fundraising activities in 2016. Only 10% of libraries raised funds, whereas less than 30% of cinemas, museums and theaters, and less than 40% of archives and heritage sites carried out this activity. However, among culture points, 65% conducted fundraising activities that year.

Considering the need to diversify fundraising sources and mechanisms for culture, the aim of the article is to present and analyze an innovative initiative based on the application of ICT: The BNDES Culture Matchfunding Program. To this end, this is an ex-ante study of the initiative approved by the Brazilian Development Bank (BNDES) in December 2018, based on a proposal submitted by Sitawi Finance for Good, in partnership with the Benfeitoria crowdfunding platform and the Vivo Museum, cocreators of the Program.

ANALYSIS OF THE INITIATIVE

METHODOLOGICAL ASPECTS

This is a qualitative analysis of a specific initiative from which the authors extracted lessons, principles and concepts applicable to other contexts. Its qualitative nature allows for exploration, not only of funding-related aspects, but also of other themes relative to the culture economy.

The study is based on an assessment of the documents that make up the initiative. It is an ex-ante analysis that considers the program's potential impacts and effects, since it is still being implemented.

The results of the study presented in this article will be essential to establishing the expectations for the future monitoring and assessment of the BNDES Culture Matchfunding Program, as well as other expected developments based on this specific initiative.

THE HISTORY OF BNDES IN SUPPORTING THE BRAZILIAN CULTURAL HERITAGE AND THE OPPORTUNITY FOR NEW FUNDING CHANNELS

Throughout 20 years of ongoing work in the cultural sector, BNDES has built a broad and diversified portfolio of projects that aim to preserve and revitalize the Brazilian cultural heritage (the historical and artistic heritage, memorial collections, and the intangible heritage). During this period, 232 support operations have been carried out involving 180 monuments across the country, including museums, libraries, archives, archeological sites, churches and other assets, totaling over BRL 600 million invested.

Based on the experience accumulated over this period, adequate funding has proven to be essential to the transformation of the institutions responsible for maintaining the Brazilian cultural heritage and for the economic dynamics based on its uses.

Currently, the heritage sector is funded based on the logic of cultural projects, usually through sponsorships, tax incentives or public budgets. As a consequence of this underfunding, the impact of projects in the area tends to be much less than their potential, with cultural institutions expending great efforts to obtain resources for the short term to cover costs relative to upkeep and basic activities.

Thus, the strategy of BNDES in recent years has given priority to encouraging and supporting the search for alternative sources of funding, whether from donations, box office sales, subscriptions, or sales of services and products inspired by the content or aesthetics of the heritage.

Evolution of ICT and maturation of the Internet represent a valuable opportunity to develop new financial instruments and new funding channels. According to a report developed by the Cambridge Centre for Alternative Finance of Cambridge University and The Polsky Center for Entrepreneurship and Innovation of the Chicago Booth School of Business, alternative funding channel trends, especially online channels, have the potential to reshape the foundations of financial services (Cambridge Centre for Alternative Finance – Cambridge University & The Polsky Center for Entrepreneurship and Innovation – Chicago Booth School of Business, 2016). Between 2013 and 2015, the volume of online transactions tripled and reached US\$ 36 billion in the Americas. Crowdfunding, peer-to-peer lending, and other online alternative funding platforms stand out among these technological innovations.

Crowdfunding platforms, which emerged in the mid 2000s, were responsible for raising US\$ 16 billion in 2014 (Thuy, 2017). Projections point to US\$ 90 billion in financial activities by 2025, with Brazil having the potential to represent at least 10% of this figure (Canteras, 2015).

The crowdfunding model is based on the dynamics of online and collective funding relative to a specific goal, granting creative rewards to collaborators and ensuring refunds in case the minimum amount needed to enable the project is not reached before the deadline. Thus, everybody wins or nobody loses – because collaborators can get their money back and the proponent does not have to carry out the project.

In addition to fundraising, crowdfunding contributes to the dissemination of ideas, products and services and testing their acceptance. Above all, it helps engage the public, because collaborators feel like they are an essential part of bringing something they believe in to life.

The structure of the BNDES Culture Matchfunding Program was based on this diagnosis of the cultural sector and the opportunity provided by online platforms, especially crowdfunding platforms.

THE BNDES CULTURE MATCHFUNDING PROGRAM

Through crowdfunding platforms, producers and cultural institutions can present their proposals and the public can make donations, usually in exchange for rewards linked to the projects. Although they have been growing in Brazil, the cultural sector has tapped into only a little of this instrument's potential.

As a way to attract and increase the public's interest in certain topics, several enterprises and institutions have used matchfunding, in which those responsible for the initiative make a commitment to combine resources at the same rate as the public's contribution. The idea is that

each BRL 1 donated by the public will be matched by BRL X more by the enterprise towards the project. This leverage stimulates public donations and increases the chances of raising the necessary funds for carrying out projects.

The BNDES Culture Matchfunding Program will launch the first matchfunding channel in Brazil supported by the public sphere. It will be directed specifically to projects that leave a legacy for the Brazilian cultural heritage.⁸

The goal of the program is to support capacity-building actions for cultural institutions about crowdfunding as a financial tool and to structure and operationalize public calls for cultural projects to participate in fundraising campaigns. Moreover, it also aims to monitor the cultural initiatives that will be selected and funded by society through matchfunding.

The program will be coordinated and implemented by Sitawi Finance for Good, a civil society organization that operates in the field of social finance, with the technical partnership of Benfeitoria, one of the main crowdfunding platforms in the country and the first to carry out public calls for projects to receive support via matchfunding.

The project was approved and contracted with BNDES in December 2018, starting the preparation and pre-production phase of the call for proposals to be published in the first semester of 2019. BNDES contributes BRL 7 million, with resources from the Cultural Fund. Of this amount, up to BRL 4 million will be given to projects that receive public donations through crowdfunding between 2019 and 2020.

In the selected cultural projects, each BRL 1 raised by the public will be matched with BRL 2 by BNDES until the minimum fundraising target is met. If the first target is reached by its deadline, the project can continue to raise public funds; however, these donations will not be matched by BNDES, just like a normal fundraising campaign.

In the first selection process, the projects may have goals between BRL 30,000 and BRL 300,000. In other words, projects must raise between BRL 10,000 and BRL 100,000 from the public, and BNDES can contribute between BRL 20,000 and BRL 200,000.

To receive resources from BNDES, in addition to meeting their fundraising goals, the initiatives must guarantee a minimum spread of these resources. The idea is to enable only actions that will broadly engage the public.

Considering that the expected amount of funds raised by the public is approximately BRL 2 million, the total amount given to the projects will be at least BRL 6 million, reaching a total of BRL 9 million of investment. A budget of up to BRL 3 million has been set aside to carry out capacity-building actions for the cultural institutions to learn how to create projects, engage the public, and adopt good sustainability practices (in addition to crowdfunding), among others. This amount also includes the operational costs of carrying out and publicizing the public calls, monitoring the implementation of the projects, and assessing the effectiveness of the program itself over the two years estimated for the initiative.

⁸ The Brazilian cultural heritage is defined by the Constitution (Article 216) as the tangible and intangible goods that carry references relative to the identity, actions, and memory of the different groups that make up Brazilian society. The concept includes the historical, artistic, and archeological heritage, as well as memorial collections and the intangible heritage, among others (Constitution of the Federative Republic of Brazil, 1988).

The program is expected to support up to 80 projects selected throughout 2019 and 2020 through calls for proposals. Five calls will be carried out each year, and an average of eight projects will be selected for each. The management of the BNDES Culture Matchfunding Program will be responsible for the initial selection of proposals that show potential for leaving a legacy to the tangible and intangible Brazilian cultural heritage regarding themes such as digital/media/games, heritage education, tourism, and collections.

Those responsible for the selected projects will receive in-depth training focused on fundraising campaigns, so that they can raise enough resources to carry out their proposals. After this phase, the projects will be presented through the program's channel, hosted on the Benfeitoria platform, so that the public can learn about and make donations to those they consider most interesting.

Tactical changes to the program may be made over time, according to lessons learned along the way, the scope of the projects accepted, maximum and minimum values, and fundraising deadlines, among others.

THE POTENTIAL OF ICT USE IN CULTURE AND ITS IMPACTS: AN EX-ANTE PERSPECTIVE

The use of online funding platforms, especially crowdfunding, is innovative and relevant to the cultural sector and the public sector. In the BNDES Culture Matchfunding Program, opportunities for the cultural heritage sector are more immediate, considering the potential of ICT use as an alternative for funding and incentives for financial sustainability. It also represents a new way for cultural institutions to relate to different publics and the wider civil society, leading to long-lasting and very positive impacts on their future dynamics, and even on perceptions of their relevance. Finally, with its potential to shine a light on the theme of cultural heritage for digital culture actors, the program is expected to develop projects with a digital edge, including media and games. These experiences can demonstrate and materialize the potential of ICT use to expand access to, and consumption and production of, culture.

For the public sector, the program is a pilot experience in prospecting new sources of funding, and, once again, in developing new relationships with their publics and clients. Furthermore, society's participation in cofinancing the projects ensures that only projects of collective interest will be considered, enabling the realization of proposals seen as most relevant by society, with the potential of return in the form of externalities and generating public value. In other words, the program involves proximity and partnership with society, which should result in greater efficiency and effectiveness of the projects, increasing sources of funding and favoring projects perceived by society as generators of worthy results and impacts. The proximity, partnership and scale allowed by ICT can serve as inspiration for the development of many other public sector initiatives, still underexplored even at the international level.

Another essential dimension is the potential for communication and dissemination based essentially on ICT applications. Three elements expand the initiative's visibility and boost its effect on the entire production and cultural supply chain and for the public in general. First, calls for proposals will be announced. These public calls will have wide reach and mobilize a wide range of stakeholders. The second point refers to the actual fundraising campaigns, which depend on dissemination and persuasion to raise awareness in networks of collaborators. It is important to mention that this type of communication is different from the previous one, with

more depth, aimed at engaging the public with the initiatives and resulting in the construction of a relationship of trust among participants. Last, the entire program is defined by its strong development in the digital environment. All of the materials produced, the fundraising campaigns, and the results of the initiatives and the program as a whole can be easily shared on the Internet.

Last, the BNDES Culture Matchfunding Program is a proposal for financing, disseminating, and carrying out theoretical and practical capacity-building activities about a new type of fundraising: crowdfunding. Its actions are expected to help initiative proponents develop high financial sustainability standards, which will translate into the gradual reduction of dependence on public resources. Based on this capacity-building perspective, the program's development is strongly based on the digital environment. Webinars, web conferences, and online videos and tutorials are examples of ICT use that optimize human and financial resources and, consequently, expand the reach of capacity-building activities. Therefore, the lessons learned with this program can inspire other innovative education and capacity-building initiatives.

FINAL CONSIDERATIONS

The BNDES Culture Matchfunding Program has the potential to help the cultural sector create donation mechanisms and develop new skills to engage with its publics, leveraging fundraising. In addition, the program aims to develop a more strategic view of diversification of resources and its links to the development of publics and digital communications.

The skills to be developed are important to the necessary autonomy and a qualitative leap for the Brazilian cultural heritage to reach its full potential. The experience may also serve as inspiration for other cultural sectors and for institutions and new ventures that generate impacts perceived as positive by society.

For BNDES, the program also proposes to develop a new model of operations, which can be replicated in other public policies and private initiatives to support culture and other sectors. By using technology and social networking websites, this model increases the possibility of leveraging third-party resources, bringing in new, non-traditional supporters, to cofinance projects. Furthermore, the model has the potential to reach a much larger scale, volume and scope than that proposed in the pilot project.

The new model allows for the distribution of BNDES resources to a set of initiatives that would not usually have access to them and a qualitative change in the relationship between the bank and its clients and cofinancers. The experience of the BNDES Culture Matchfunding Program will be essential to provide lessons about this format, allowing it to be replicated in the future in other policies – in the cultural sector and other priority sectors for BNDES operations.

REFERENCES

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities – ICT in Culture 2016*. São Paulo: CGI.br.

Cambridge Centre for Alternative Finance –Cambridge University & The Polsky Center for Entrepreneurship and Innovation – Chicago Booth School of Business (2016). *Breaking new ground: The Americas alternative finance benchmarking report*. Retrieved on January 4, 2019, from https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-americas-alternative-finance-benchmarking-report.pdf

Canteras, L. T. (2015). *A evolução do crowdfunding no Brasil e no mundo*. Retrieved on October 20, 2018, from <http://www.kickante.com.br/blog/blog/crowdfunding-brasil-mundo>

Constitution of the Federative Republic of Brazil (1998). Brasília. Retrieved on January 18, 2019, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm

International Monetary Fund – IMF (2018). *Annual Report*. Retrieved on October 19, 2018, from <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2018/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2018-pt.pdf>

PricewaterhouseCoopers – PwC (2018). *Perspectives from the global entertainment & media outlook 2018–2022*. Retrieved on October 20, 2018, from <https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/outlook/perspectives-from-the-global-entertainment-and-media-outlook-2018-2022.pdf>

Thuy, N. (2017). *Crowdfunding in Vietnam: The impact of project and founder quality on funding success*. Master's dissertation. University of Twente, Enschede, Holland. Retrieved on January 4, 2019, from <https://pdfs.semanticscholar.org/ede8/ee208603002d8db556b2fedaa2e62fc3bad7.pdf>

Transparency Portal & Ministry of Culture – Minc (2018). *Despesas do órgão: Execução orçamentária e financeira*. Retrieved on January 18, 2019, from <http://www.portaltransparencia.gov.br/orgaos-superiores/42000?ano=2018>

United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD (2013). *World investment report*. Retrieved on October 19, 2018, from https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013_en.pdf

PART 2



ICT IN CULTURE 2018

METHODOLOGICAL REPORT ICT IN CULTURE

INTRODUCTION

The Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), through the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), a department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br), presents the methodology of the Survey ICT in Culture.

The survey was conducted nationwide based on the following thematic modules:

- Module A: Profile of institutions;
- Module B: ICT infrastructure;
- Module C: ICT use;
- Module D: Collections and digitization;
- Module E: ICT skills.

SURVEY OBJECTIVES

The main goal of the ICT in Culture survey is to understand the presence and adoption of information and communication technologies (ICT) in cultural facilities in Brazil as part of their internal operational routines and relationships with their audiences.

The specific goals of the survey are:

- To map the available ICT infrastructure in Brazilian cultural facilities;
- To investigate activities carried out with the use of ICT in Brazilian cultural facilities;
- To analyze the institutional presence of cultural facilities on websites, online platforms and social networking websites and how these tools are used to interact with the audiences of the services provided;
- To understand how the use of ICT contributes to the preservation, digitization and dissemination of collections;
- To investigate the ICT skills of the institutions and their professionals; and
- To understand the reasons for adopting ICT and the barriers to computer and Internet use in Brazilian cultural facilities.

CONCEPTS AND DEFINITIONS

In order to promote international comparability, the conceptual framework of the ICT in Culture survey is based on the *Unesco Framework for Cultural Statistics – 2009* (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [Unesco], 2009). Considering the various cultural domains, the survey addresses institutions that carry out creation, production, dissemination and exhibition activities of cultural goods that, according to the same framework, define the cultural cycle.

Cultural facilities are understood as spaces that provide access to cultural goods and services, acting to preserve and give access to collections and develop cultural production and dissemination activities open to the public. Based on the categories of cultural facilities from the Survey of Basic Municipal Information (Brazilian Institute of Geography and Statistics [IBGE], 2015), the ICT in Culture survey considers a representative sample of public and private institutions that are present in official registries at the national level. The following types of cultural facilities are investigated by the survey, defined according to official sources and current legislation:

- **Archives:** institutions that aim to keep, preserve, and give access to “sets of documents produced and received by public organizations, institutions of a public nature, and private entities, as a result of the exercise of specific activities, [...], regardless of the vehicles for the information or the nature of the documents” (Law no. 8.159, 1991).
- **Heritage sites:** material assets that are recognized and protected as part of the cultural heritage through legal instruments enacted by federal, state and municipal governments. They can include movable and immovable assets of various types whose conservation is in the public interest, due to their historical or artistic value (Decree-law no. 25, 1937; National Institute of Historic and Artistic Heritage [Iphan], n.d.).
- **Libraries:** cultural facilities that, through their collections and services, meet the various reading and informational needs of the communities in which they are located, collaborating to expand free access to reading and books (National Public Library System [SNBP], n.d.).
- **Cinemas:** exhibition complexes that organize a coordinated series of services to screen cinematographic work, with a structure of one or more viewing rooms, adjacent or not, grouped under the same name and whose schedule is publicized in a unified way. (Brazilian Film Agency [Ancine], 2015).
- **Museums:** institutions “in the service of society and its development, open to the public, that conserve, research, communicate, interpret, and exhibit sets and collections of historical, artistic, scientific, technical value, or of any other value of a cultural nature, for purposes of preservation, study, research, education, contemplation, and tourism” (Law no. 11.904, 2009).
- **Culture points:** groups, collectives, and private nonprofit legal entities, of a cultural nature or purpose, that develop and coordinate cultural activities in their communities and networks, recognized and certified by the Ministry of Culture (Minc) through the instruments of the National Policy of Living Culture (Law no. 13.018, 2014; Ministry of Culture [Minc], n.d.).

- **Theaters:** scenic spaces for the production and presentation of projects and performances. Can come in various formats (Italian, arena, etc.) and can be public or private in nature (Technical Center for the Scenic Arts, n.d.).

TARGET POPULATION

The survey's target population is composed of all Brazilian cultural facilities listed on official registries available through government organizations, as specified below:

- **Archives:** all archives registered with the National Registry of Custodial Entities for Archive Collections kept by the National Council on Archives (Conarq).¹
- **Heritage sites:** only includes sites classified as "buildings," "buildings and collections" and "buildings and natural collections" at the federal level, by the National Institute of Historical and Artistic Heritage (Iphan).
- **Libraries:** only public libraries registered with the National Public Library System (SNBP).²
- **Cinemas:** all exhibition complexes in operation as listed by the Brazilian Film Agency (Ancine).
- **Museums:** all institutions belonging to the National Registry of Museums, organized by the Brazilian Institute of Museums (Ibram).³
- **Culture points:** all culture points with an agreement with public organizations and listed in the National Registry of Culture Points provided by the Ministry of Culture (Minc).
- **Theaters:** all theaters registered with the National Arts Foundation (Funarte).⁴

UNIT OF ANALYSIS

The survey's units of analysis consist of cultural facilities listed in the available official registries. Indicators are established for each type of cultural facility.

1 More information on the National Archive's website. Retrieved on January 10, 2018, from <http://www.arquivonacional.gov.br/br/bases-de-dados.html/>

2 More information on SNBP's website. Retrieved on January 10, 2018, from <http://snbp.culturadigital.br/informacao/dados-das-bibliotecas-publicas/>

3 More information on the Museus.br platform, considering only the verified results. Retrieved on January 10, 2018, from <http://museus.cultura.gov.br/>

4 More information on the Minc Data Portal. Retrieved on January 10, 2018, from <http://dados.cultura.gov.br/dataset/teatros-do-brasil/>

DATA COLLECTION INSTRUMENTS

INFORMATION ON DATA COLLECTION INSTRUMENTS

Data is collected through structured questionnaires with closed and open questions (when necessary). More information about the questionnaire is available in the "Data Collection Instruments" section of the ICT in Culture "Data Collection Report".

SAMPLING PLAN

The survey adopts two different approaches, depending on the cultural facility interviewed: census or sampling, according to the number of existing cultural facilities by type and location.

SURVEY FRAME AND SOURCES OF INFORMATION

Registry data is sent to Cetic.br by government organizations associated with the cultural sector and responsible for each of the types of facilities considered. In general, the registries consist of identification variables of the institutions, such as the names and locations and their contact information, such as telephone numbers and email addresses.

Registries are treated as per the following processes, performed separately in each database:

1. Standardization of text fields: removal of special characters and changing of all the content to capital letters;
2. Removal of records without identification;
3. Removal of records with no contact possibility;
4. Removal of duplicates: comparison of all fields in the database and verification case by case;
5. Exclusion of cases out of the reference population.

Since some registries do not include contact information for all the facilities, a step is included to construct and confirm telephone listings, in order to make most of the registry useful for the survey. A table showing the distribution of the target population by cultural facility, based on the listings obtained from the registries, is available in the survey's "Data Collection Report".

SAMPLE SIZE DETERMINATION

Sample size determination considers the optimization of the resources and the quality required for disseminating the results. The following sections present the sample design criteria established to carry out the field data collection process. More information about sample size determination and data collection can be found in the survey's "Data Collection Report".

SAMPLE DESIGN CRITERIA

The survey is based on two different approaches: census and sampling. The study sample is designed using the stratified sampling technique, which aims to improve the accuracy of estimates and ensure the inclusion of subpopulations of interest. Stratification variables are the type of cultural facility and the region in which they are located.

SAMPLE ALLOCATION

The sample of cultural facilities is obtained by simple random sampling without replacement in each stratum. Thus, within each stratum, selection probabilities are equal. As mentioned above, in some strata, due to the small number of institutions in the registry, all of the institutions are selected, which defines the census method.

The strata allow for all regions and types of cultural facilities to be represented in the sample, in addition to enabling analyses of domains defined by these variables individually. However, this design does not allow conclusions about the categories resulting from correlations between pairs of variables. The table containing the sample allocation by type of cultural facility is also available in the survey's "Data Collection Report".

SAMPLE SELECTION

Within each stratum, institutions are selected using simple random selection. Thus, for the sampling part of the survey, the selection process is defined as follows:

N is the total of cultural facilities;

N_h is the total of cultural facilities in stratum h ;

n is the sample size; and

n_h is the sample size of cultural facilities within each stratum.

Where:

$$n_h = n \times \frac{N_h}{N} \quad (1)$$

Thus, the possibilities of including sampling units i for each stratum h is given by:

$$\pi_{ih} = \frac{n_h}{N_h} \quad (2)$$

Since the census part of the survey includes all the cultural facilities, the probability of including each facility is equal to 1, i.e., $\pi_{ih} = 1$.

FIELD DATA COLLECTION

DATA COLLECTION METHOD

Institutions are contacted using computer-assisted telephone interviews (CATI).

In all facilities surveyed, the aim is to interview the main administrators, such as coordinators, presidents, or directors, or other managers who are familiar with the institution as a whole, including its administrative aspects. Qualified respondents are considered those who are most familiar with the institution.

DATA PROCESSING

WEIGHTING PROCEDURES

Each cultural facility that makes up the sample is assigned a base sampling weight, calculated as the ratio between the size of the population and the size of the sample in the final corresponding stratum.

$$w_{ih} = \begin{cases} \frac{N_h}{n_h} & , \text{ if a cultural facility is in the sample stratum} \\ 1 & , \text{ if a cultural facility is in the census stratum} \end{cases} \quad (3)$$

Where:

w_{ih} is the base weight, equal to the inverse probability of selection of the respondent, from cultural facility i in stratum h associated with each cultural facility selected;

n_h is the sample size of cultural facilities in stratum h ; and

N_h is the total number of cultural facilities in stratum h .

To adjust for nonresponse from a facility, the following calculation is used:

$$w_{ih}^* = \begin{cases} w_{ih} \times \frac{N_h}{n_h^r} & , \text{ if a cultural facility is in the sample stratum} \\ \frac{C_h}{c_h^r} & , \text{ if a cultural facility is in the census stratum} \end{cases}$$

Where:

w_{ih}^* is the weight adjusted for nonresponse of cultural facility i in stratum h ;

N_h is the total number of cultural facilities in stratum h ;

n_h^r is the total number of responding cultural facilities in stratum h ;

C_h is the total number of cultural facilities in the census in stratum h ; and

c_h^r is the total number of responding cultural facilities in the census in stratum h .

SAMPLING ERROR

Sampling error measurements or estimates of indicators in the ICT in Culture survey are calculated taking into account the sampling plan set for the survey according to strata. The finite population correction factor is considered when calculating variance, considering the small size of the finite population.

Using the estimated variances, sampling errors are expressed by the margin of error. For dissemination purposes, the margins of error are calculated for a 95% confidence level. This means that, if the survey is repeated multiple times, in 19 out of every 20 cases, the interval would contain the true population value. Other measurements derived from this variance estimate are usually presented, such as standard deviation, coefficient of variation and confidence interval.

Calculation of margin of error is the product of standard error (square root of variance) by 1.96 (value of the normal distribution corresponding to the chosen significance level of 95%). These calculations are made for each variable in the indicator tables, which ensured that all tables have margins of error associated with each estimate presented in each table cell.

DATA DISSEMINATION

The results of this survey are presented for each type of cultural facility.

In some results, rounding caused the sum of partial categories to be different from 100% in single-answer questions. The sum of frequencies in multiple-answer questions usually exceeds 100%. It is worth mentioning that, in the result tables, a hyphen (-) is used to represent nonresponse. Furthermore, since the results are presented without decimal places, cells with zero value mean that the answer to the item is explicitly greater than zero and less than one.

The results of the ICT in Culture survey are published in book format and made available on Cetic.br's website (www.cetic.br). The tables of estimates and margins of error for each indicator are only available for download on Cetic.br's website.

REFERENCES

Brazilian Institute of Geography and Statistics – IBGE (2015). *Profile of Brazilian states and municipalities: Culture 2014*. Rio de Janeiro: IBGE. Retrieved from <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf>

Decree-law no. 25, of November 30, 1937 (1937). Provides for the organization of the protection of national historic and artistic heritage. Retrieved from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0025.htm

Law no. 8.159, of January 8, 1991 (1991). Provides for the national policy for public and private collections and other provisions. Retrieved from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8159.htm

Law no. 11.904, of January 14, 2009 (2009). Institutes the Museum Statute and other provisions. Retrieved from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/111904.htm

Law no. 13.018, of July 22, 2014 (2014). Institutes the National Policy for Living Culture and other provisions. Retrieved from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113018.htm

Ministry of Culture – Minc. (n.d.). *Ponto de Cultura: Apresentação*. Retrieved from <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura/apresentacao>

National Film Agency – Ancine. (2016). *Normative ruling no. 123, of December 22, 2015*. Regulates the Box Office Control System and procedures for sending box office data, revokes Normative Ruling no. 51, of February 17, 2006, and other provisions. Retrieved from <https://www.ancine.gov.br/pt-br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-123-de-22-de-dezembro-de-2015-0>

National Institute of Historic and Artistic Heritage – Iphan (n.d.). *Bens tombados*. Retrieved from <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/126>

National Public Library System – SNBP. (n.d.). Retrieved from <http://snbp.culturadigital.br/>

Technical Center for the Scenic Arts. (n.d.). Retrieved from <http://www.ctac.gov.br>

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – Unesco. Institute for Statistics. (2009). *The 2009 Unesco framework for cultural statistics*. Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191061e.pdf>

DATA COLLECTION REPORT ICT IN CULTURE 2018

INTRODUCTION

The Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), through the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), a department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br), presents the "Data Collection Report" for the ICT in Culture 2018 survey. The objective of this report is to provide information about specific features of the survey carried out in 2018, including changes made to the data collection instruments, sample allocation and response rates.

The complete survey methodology, including the objectives, main concepts, definitions, and characteristics of the sampling plan, are described in the "Methodological Report," available in this publication.

SAMPLE ALLOCATION

Table 1 presents the number of records obtained from the registries for each type of cultural facility, which was the target population considered in the 2018 survey.

TABLE 1
TARGET POPULATION BY TYPE OF CULTURAL FACILITY, BY REGION

Region	Archives	Heritage sites	Libraries	Cinemas	Museums	Culture points	Theaters
Center-West	33	41	520	72	241	228	119
Northeast	54	279	1 881	131	666	1 018	230
North	15	21	523	62	147	231	58
Southeast	143	357	1 989	475	1 276	1 068	581
South	65	96	1 298	158	917	330	201
Total	310	794	6 211	898	3 247	2 875	1 189

A census approach was used to collect data from archives, heritage sites, museums and theaters in the North region, as well as from heritage sites in the Center-West and South. The other types of facilities were investigated using a sampling approach. The final size of the planned sample by type of cultural facility, already considering possible nonresponse rates throughout the data collection process, is shown in Table 2.

TABLE 2
PLANNED SAMPLE BY TYPE OF CULTURAL FACILITY, BY REGION

Region	Archives	Heritage sites	Libraries	Cinemas	Museums	Culture points	Theaters
Center-West	30	41	274	66	205	154	85
Northeast	39	141	258	104	222	323	229
North	15	21	435	51	147	195	58
Southeast	130	168	207	305	249	258	500
South	59	96	207	104	206	206	156
Total	273	467	1 381	630	1 029	1 136	1 028

DATA COLLECTION INSTRUMENTS

INFORMATION ABOUT THE DATA COLLECTION INSTRUMENTS

The data was collected through interviews using a structured questionnaire. It was answered by those responsible for the cultural facilities, preferably someone familiar with the institution's operation, both its administrative aspects and computer and Internet infrastructure. The questionnaire was the same for all types of cultural facilities and consisted of the modules described below.

Module A investigated the profiles of the institutions, with information of organizational and administrative nature, such as type of cultural facility that best describes the institution, year of establishment, site of operation, legal nature, human resources (paid workers and volunteers), the number of people served in the year of reference (2017), sources of funding and fundraising, and estimated revenue.

Module B examined information and communication technology (ICT) infrastructure, collecting information about ownership and use of computers and use of the Internet, in addition to reasons for not using these technologies and the contributions of such use, when applicable. It also contained questions about types of Internet connection, maximum download speeds contracted, presence of a Wi-Fi network, and availability of free public access. Last, it also addressed types of software used and mobile phone use for work-related purposes.

Use of ICT was addressed in Module C, which included activities carried out on the Internet and the presence of institutions on online platforms, such as websites and social networking websites. It also presented specific questions about resources offered on the website, the use of social networking websites and electronic government services. Furthermore, the module investigated more general activities carried out by cultural facilities – including in-person and e-learning and ticket sales or bookings by the public.

Module D presented issues relative to the ownership, digitization and dissemination of institutional collections, including questions about the types of collections, forms of availability to the public and barriers to digitization, in addition to the availability of collection catalogues for online consultation.

Module E, relative to ICT skills, asked questions about IT management in the institution, including the presence of information technology or informatics areas or departments, hiring of related services, development of websites, those responsible for managing public relationships on social networking websites, team training, and barriers to computer and Internet use.

When the respondents were not able to or refused to answer a specific question on the questionnaire, two options were given: “Does not know” and “Did not answer.” “Does not apply” was indicated as a result in the case of questions that did not apply to a specific group of facilities, which reflected the filters present throughout the questionnaire.

PRETESTS

The questionnaires were pretested between February 15 and 19, 2018, with interviews to 20 cultural facilities, including six libraries, seven museums and seven culture points. Regional diversity was taken into account, with seven institutions in the Center-West, three in the Northeast, four in the North, four in the Southeast, and two in the South. The questionnaire was administered in electronic format and lasted an average of 35 minutes.

CHANGES TO THE DATA COLLECTION INSTRUMENT

To improve the data collection instrument in relation to the first edition of the survey, various revisions and adjustments were made to the questionnaire. To improve the understanding of respondents, the headings of some questions and answer options were standardized and simplified. Furthermore, new questions and answer options were included, while others were excluded to avoid expanding the questionnaire administration process. All revisions were conducted in order to maximize the possibility of comparison of the survey’s main indicators throughout its historical series.

In Module A, on the profiles of the facilities, a question about the year of establishment of the institutions was included. Regarding audiences, a question was included about the approximate number of people served in the year of reference, and another about the type of audiences served was excluded. Moreover, answer options regarding sources of funding were reviewed and a question about funding via tax incentives was added. Last, to identify the profiles of heritage sites in particular, specific questions were included about the possibility of conducting guided tours and of visitors obtaining historical information at the sites of operations of the institutions.

In Module B, which addresses ICT infrastructure, the answer options for questions about reasons for not using computers and the Internet were reviewed, as were the headings and answer options about the levels of contributions provided to the institutions by the use of computers and the Internet. New questions about the availability of computers for public use and the purpose of the software used by the institutions were also included.

In Module C, regarding the use of ICT, the headings of questions relative to the presence of websites and the use of social networking websites were reviewed, as were the answer options regarding the resources offered on websites, and activities carried out on social networking websites. Answer options about the types of activities carried out on the Internet, types of electronic government activities – including a new option – and more general activities carried out by the institutions were also reviewed, as well as the question about online ticket sales and booking. Also regarding Internet use, questions about the frequency of updates on social networking websites and answer options relative to the presence and editing of content in Wikipedia articles were excluded.

In Module D, among the questions about collections and digitization in cultural facilities, a battery of answer options regarding types of collections and regarding forms of availability of digital materials to the public were reviewed, as well as a question about barriers to archive digitization. Still regarding this theme, the survey began investigating whether cultural facilities provided online access to collection catalogues.

In Module E, relative to ICT skills, the most important changes were the inclusion of questions about those responsible for managing public relationships on social networking websites, and the exclusion of a question that identifies the developers of the institutions' application.

INTERVIEWER TRAINING

The interviews were conducted by a team of trained and supervised interviewers. They underwent basic research training; organizational training; ongoing improvement training; and refresher training. Furthermore, they also underwent specific training for the ICT in Culture 2018 survey, which included how to approach the responding audience, and information about the data collection instrument, field procedures and situations.

Furthermore, the data collection team also had access to the survey's instruction manual, which contains a description of all the necessary procedures to collect data and details about the survey objectives and methodology, thus ensuring the standardization and quality of the work.

Data collection was carried out by 33 interviewers and one field supervisor.

DATA COLLECTION PROCEDURES

DATA COLLECTION METHOD

The institutions were contacted by means of the computer-assisted telephone interviewing (CATI) technique. Interviews to apply the questionnaire lasted 37 minutes on average.

DATA COLLECTION PERIOD

Data for the ICT in Culture 2018 survey was collected between March and July 2018. The interviews were conducted from Mondays to Fridays, between 9 AM and 6 PM Brasilia time (UTC-3). To deal with cultural facilities that were more difficult to reach during business hours, part of the team worked at a different time, from 11 AM to 8 PM, for part of the data collection period.

PROCEDURES AND CONTROLS

Several actions were developed to ensure the greatest standardization possible in data collection. The situations and standard procedures that took place during the field work are described in Table 3.

TABLE 3
FINAL FIELD SITUATIONS BY PERCENTAGE OF RECORDED CASES

Situation	Description	%
Interview completed	Interview fully completed by respondent.	52%
Return	Person contacted at the institution stated that the person responsible could not respond because they were out, in a meeting, or other, but no date or time was provided to schedule the interview.	11%
Scheduled	The person responsible for the organization or somebody close to them (secretary, for example) was contacted and asked the interviewer to return the call at a scheduled date and time.	0%
Refused	Person contacted refused to respond or to listen to the description of what the survey was about.	7%
Abandoned	The questionnaire was initiated but at some point the respondent stopped answering.	0%
Wrong number	Home number or that of an institution not on the list.	4%
Phone number does not exist	Automatic message saying that the number did not exist.	1%
No answer	Number rang several times and nobody picked up.	2%
Fax signal	Number was contacted several times and resulted in a fax signal.	0%
Answering machine / voice mail	Number was picked up by an answering machine only for messages.	0%
Call could not be completed	Number gave an intermittent signal (indicating that the call was not completed).	3%
Line busy	Number gave a busy signal.	0%
Out of area / disconnected	Number gave a message indicating that it was temporarily out of area or out of service.	0%
Duplicated	Person contacted said they had already responded to the survey because they belonged to the staff of another institution on the list.	3%
Name and address not confirmed	Name and address of the institution on the list were not confirmed.	1%
Name not confirmed, no address to confirm	Name of the institution was not confirmed in the item "confirming name of institution" and no address was listed for confirmation.	0%
Contacted unit of the institution does not provide the phone number of the selected unit	Number reached an institution that refused to provide the number of the other unit on the registry.	0%
Institution closed / does not exist anymore	Institution in the registry no longer exists.	7%
Visitation not possible	Institution was not open to public visitation (applicable only to heritage sites).	1%
Institution has not been operational in the last 12 months	Institution on the registry was not operational in the 12 months prior to the survey.	2%
The person responsible for the institution could not be identified	Person contacted at the institution said they were not the person most familiar with the facility as a whole and there was nobody else who could answer the questionnaire.	5%

Every time interviewers called a number on the registry of cultural facilities, the situation regarding that call was recorded according to the procedures explained above, and could be tracked through a detailed call history.

The situations were monitored through weekly controls that contained a summary of the number of facilities by the last situation in each stratum. Other weekly controls presented information about the number of completed and missing interviews per stratum, in addition to the number of contacts available, completed, and that did not result in any form of contact.

To reduce the number of lost interviews, when situations were “wrong number” or “number does not exist,” the interviewers searched for alternative phone numbers on the Internet using the institution’s company name as the keyword. In an attempt to conduct the interview, the same procedure was adopted for facilities that were selected for inclusion in the sample but did not have a registered number.

DATA COLLECTION RESULTS

The ICT in Culture 2018 survey approached 5,899 institutions, reaching a final sample of 3,065 cultural facilities. The response rate by type of cultural facility is shown in Table 4.

TABLE 4
RESPONSE RATE BY TYPE OF CULTURAL FACILITY

Facility	Response rate
Archives	71%
Heritage sites	35%
Libraries	54%
Cinemas	42%
Museums	61%
Culture points	44%
Theaters	55%

ANALYSIS OF RESULTS ICT IN CULTURE 2018

PRESENTATION

The ICT in Culture survey reaches its second edition with new results about the appropriation of information and communication technologies (ICT) and their impacts on the cultural field in Brazil, more specifically on cultural facilities. The survey was created at a time when the role of the Internet in the cultural practices of Brazilians was becoming increasingly relevant and strategic to expanding access to culture. According to the data about cultural activities on the Internet from the ICT Households 2017 survey (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2018), the consumption of multimedia content, such as videos and music, has consolidated itself as the main activity carried out by Internet users in Brazil, together with communication activities. However, the ICT Households survey also indicated that the proportion of users who use the Internet to access content directly related to activities promoted by the cultural facilities analyzed by the ICT in Culture survey is still low, both in terms of online enjoyment, such as visiting exhibitions or museums on the Internet, and searching for information to carry out in-person activities, such as going to cinemas, theaters, museums and libraries.

The data from ICT in Culture 2018 reveals the challenges faced by cultural facilities regarding the use of ICT, considering the vast potential of these technologies for dissemination of cultural activities and goods for the population, preservation and dissemination of collections, and internal management of these institutions, among other possibilities. The survey presents indicators on these themes, starting with the profile of the investigated cultural facilities. As detailed below, the challenges vary among the different types of cultural facilities, and range from the need to improve ICT infrastructure, especially among libraries, to further developing the digitization and provision of collections on the Internet, as is the case for archives and museums.

Regarding the previous edition of the survey (CGI.br, 2017b), few variation was observed in the indicators. These changes are highlighted in the present analysis, together with new issues approached. The main results of this edition are divided into the following sections:

- Profile of cultural facilities;
- ICT infrastructure;
- ICT use;
- Skills and perceptions regarding ICT use;
- Final considerations: Agenda for public policies.

ICT IN CULTURE

2018

HIGHLIGHTS

PROFILE OF CULTURAL FACILITIES

Public institutions still play an essential role in the universe of Brazilian cultural facilities. In 2018, they were in the majority among libraries (97%), archives (80%), museums (72%) and theaters (57%), institutions among which there was also a predominance of resources from the government. On the other hand, other facilities were mostly private, such as heritage sites (58%), cinemas (76%) and culture points (85%) – the latter also promoted by a public policy. The survey also showed that most cultural facilities, with the exception of heritage sites, were established in 1985 or later, a period that coincides with important institutional landmarks in Brazilian cultural policies.

ICT INFRASTRUCTURE

Despite the nearly universal presence among archives and cinemas (98%), the proportion of computer and Internet use was lower among other types of facilities, such as heritage sites and libraries. The public availability of these resources was very incipient, with proportions lower than half of institutions in any type of cultural facility. Still regarding ICT infrastructure, there were expressive regional inequalities, which limit the potential of institutions to expand access to the Internet for the population.

ICT USE

Cultural facilities had greater Internet presence on social networking websites than on own websites, with prominence among cinemas (83%) and culture points (79%). On both social networking websites and websites, the most common activity carried out was posting news about the institution or about the cultural programming provided. Activities that involve live video streaming, e-learning and digitizing and providing online access to collections were less common, indicating that the uses of ICT were, in general, focused more on the relationship with the public that visits the institutions than on reaching new audiences by providing content to be accessed directly on the Internet.

SKILLS AND PERCEPTIONS REGARDING ICT USE

The greatest contributions of ICT use reported by the cultural facilities were relative to the dissemination of information about institutions and their activities, in addition to improving internal processes. The main barrier was lack of resources for investing in technology. Most cultural facilities did not have an internal IT department or outsourced this service, except for cinemas. In terms of social networking websites management, more than half of cinemas (71%) and culture points (53%) had a department or person responsible for the relationship with the public through these platforms in 2018.

PROFILE OF CULTURAL FACILITIES

The results of the ICT in Culture 2018 survey reinforce the heterogeneous context of cultural facilities already identified in the previous edition of the survey (CGI.br, 2017b). This feature is a result of both the diversity of the activities developed by each type of cultural facility and the institutional attributes associated with their legal nature and human and financial resources. As addressed below, this heterogeneity also manifests differences in infrastructure, in ICT use and digital skills, indicating the need for targeted public policies, according to the specific missions, purposes and limitations of these facilities.

Regarding the operations of institutions, the survey showed that they usually carry out several multipurpose activities, sometimes blurring the lines between them. As explained in the “Methodological Report,” the target population of the survey was established based on official registries provided by government organizations. Thus, some issues with terminology and definitions regarding cultural facilities have not yet been adequately resolved, despite efforts to produce a cultural management ontology¹. It is worth mentioning that the impact of these issues is not limited to policy management, but also extends to the production of statistics, reinforcing the importance of adopting open, interconnected and controlled data, from the point of view of public management, to harmonize definitions and develop monitoring systems with compatible standards.

In terms of the activities developed, however, the survey corroborated the specific operations of each type of facility analyzed. Thus, film screenings were more common among cinemas (98%), and the production or presentation of plays or performances (94%) and musical concerts (90%) among theaters. Similarly, exhibit production or exhibitions were most common among museums (84%), while activities for reading promotion were mentioned the most by libraries (77%). The main activities mentioned by culture points were workshops and learning programs (93%) and parties, festivals and public events (89%). Seminars, lectures, discussions and meetings were most common among archives (69%) and heritage sites (67%), which also mentioned parties, festivals and public events in a similar proportion (66%)². Thus, each of these approaches implies different forms of enjoyment and purposes of ICT use, as will be presented below.

Additionally, regional distribution of the institutions was still very unequal for most of the cultural facilities, with a higher concentration in the Southeast, especially of cinemas (52%), theaters (49%), archives (46%) and museums (39%). In addition to the Southeast, the Northeast also showed a high presence of libraries and culture points. It is worth emphasizing that these

¹ More information on the website of the National System of Information and Cultural Indicators (SNIIC). Retrieved on January 14, 2019, from <http://i.cultura.gov.br/vocabulario/>

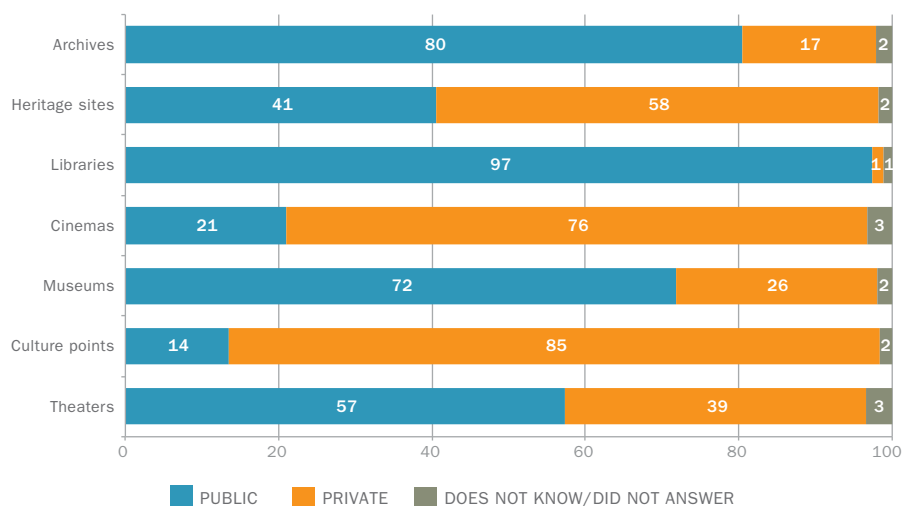
² According to the definition adopted by the survey, this type of cultural facility consists of buildings that are open to the public for visits and are recognized as part of the country's historic heritage. Considering the great variety of these institutions, the ICT in Culture 2018 survey also investigated other specific activities that are promoted by them and are carried out for visitors, identifying that 72% carried out guided public visits and 89% offered historical information about the facility on-site.

are the most populous regions in the country and that these two types of facilities had been the target of specific public policies that focused on their expansion³.

This regional concentration of facilities corresponds to different opportunities for the population to access culture, making the potential of ICT use to expand such access even more evident, in addition to the need for the development of policies in this direction. Here, it is worth noting that Internet access in households also presents regional inequalities⁴, which points to the need for complementary infrastructure and ICT appropriation measures, both in cultural facilities and by individuals.

Regarding organizational profiles, the legal nature of institutions is a key element for understanding the available infrastructure and ICT adoption by Brazilian cultural facilities. A predominance of public institutions was observed among libraries (97%, of which 93% were public municipal libraries)⁵. In addition to libraries, most archives (80%) and museums (72%) were also public (Chart 1). The same applied to theaters (57%), which, however, presented a considerable proportion of private institutions (39%). In turn, private institutions were in the majority among culture points (85%), cinemas (76%) and heritage sites (58%). Even though the first two were predominately private initiatives, they presented different characteristics: While cinemas were mostly for-profit organizations (70%), most culture points were nonprofit organizations (83%).

CHART 1
CULTURAL FACILITIES BY LEGAL NATURE (2018)
Total number of cultural facilities (%)



³ In the case of libraries, as established by goal 32 of the National Culture Plan – PNC (Ministry of Culture [Minc], 2012), at least one functioning public library per municipality across the country should be achieved. Culture points were recognized considering the decentralization of public resources and the enlargement of access to cultural policies through manifestations that represent the diversity of Brazilian culture (Minc, 2004).

⁴ The ICT Households 2017 survey showed that, while 69% of households in the Southeast had Internet access, this proportion did not reach half of the households in the Northeast (49%) and North (48%). Furthermore, reasons for not having access to the Internet were high costs (59%) and lack of availability of the service in the area of the household (28%), among others (CGI.br, 2018).

⁵ In this case, the data reflect the selection of facilities established by the survey, which, according to the “Methodological Report,” encompassed public libraries registered with the National Public Library System (SNBP).

Differences in legal nature were naturally accompanied by disparities in institutional funding. In general, the main sources of funding among public facilities were municipal, state or federal governments. Municipal governments were the most cited as the main source of funding among libraries (70%), museums (40%), theaters (31%) and even among culture points (17%), which were mostly private institutions. Among cinemas, the main source of funding was the sale of products or services (68%) and, among heritage sites, donations from individuals (26%).

Still regarding funding, the survey showed that, for most types of cultural facilities, neither fundraising activities nor receiving tax incentive funds were predominant. Fundraising was very common only among culture points (68%), which, for the most part, were nonprofit private organizations. This proportion did not surpass 30% among other types of cultural facilities, with the lowest percentage observed among libraries (8%). Regarding funds from projects approved by law or tax incentive mechanisms, such as the Rouanet Law⁶, percentages were under 20%, with prevalence on theaters (18%) and culture points (16%).

In terms of human resources, most Brazilian cultural institutions were small. Among the types of facilities that were mostly public, more than half had less than ten employed persons in the 12 months prior to the survey. Emphasis goes to libraries, in which 90% were in this situation, which has been worsening, given the absence of public service employee exams and the attrition of staff. Only archives were the exception: Most had more than ten employed persons (52%). Cinemas, with a predominance of private for-profit institutions, presented, on average, a greater number of paid workers – 64% had over ten employed persons. Among culture points, predominately private nonprofit institutions, a considerable proportion did not have any paid workers (42%).

On the other hand, culture points showed a strong presence of volunteers, with ten to 50 volunteers in over half of the institutions (52%). In other types of cultural facilities, volunteer work was less common, but was also present in most heritage sites and museums.

In this edition, the ICT in Culture survey also started to collect data about the year of establishment of the cultural facilities. Higher proportions were established more recently, starting in 1985, a time that coincided with the country's redemocratization and the creation of relevant institutional milestones to Brazilian cultural policy⁷. During this period, most of the culture points (73%), museums (67%), theaters (54%) and archives (51%) were established. The emergence of a considerable proportion of libraries (40%) coincided with the creation of the National Public Library System and the later establishment of the National Book and Reading Plan. Most cinemas (64%) were established starting in 2003, a period that coincided with the emergence of the Brazilian National Film Agency (Ancine). Since they are, for the most part,

⁶ Law no. 8.313, of December 23, 1991, which instituted the National Program of Support to Culture (Pronac). The law set up mechanisms to make federal government resources available to carry out artistic-cultural projects in Brazil, the most well-known of which is tax incentives. More information on the Rouanet Law Portal. Retrieved on December 10, 2018, from <http://rouanet.cultura.gov.br/o-que-e/>

⁷ This was when Minc was created, in 1985, as well as tax incentive laws for culture – such as the Sarney Law (Law no. 7.505, of July 2, 1986), later replaced by the Rouanet Law (Law no. 8.313, of December 23, 1991) – in addition to important sectoral landmarks, such as the National Council on Archives (Law no. 8.159, of January 8, 1991), the National Public Library System (Decree no. 520, of May 13, 1992), the Audiovisual Law (Law 8.685, of July 20, 1993), and Ancine (Law no. 10.454, of May 13, 2002). Other relevant actions in the cultural field were established after 2002, like the creation of the Cultura Viva Program, in 2004, later officialized as a national policy (Law no. 13.018, of July 22, 2014), the Brazilian Institute of Museums (Ibram), in 2009, the National Culture Plan (Law no. 12.343, of December 2, 2010), and the National Book and Reading Plan (Decree no. 7.559, September 1, 2011).

institutions of historic importance recognized by the National Institute of Historic and Artistic Heritage (Iphan), heritage sites stand out from other types of facilities, with establishment dates before 1930 (62%).

In addition to revealing how long institutions had been in existence, this indicator points to the relevance of institutionality and public policies in the sector to the development and consolidation of cultural facilities, which are important sites for preserving, producing and disseminating cultural goods and services. Considering this context, the following sections explore the indicators relative to infrastructure and ICT use by Brazilian cultural facilities.

ICT INFRASTRUCTURE

The investigation of ICT infrastructure available in cultural facilities addressed the presence and use of computers and the Internet, both by the institutions and by their publics. The differences found in these indicators followed the disparities already mentioned in the profiles of the institutions.

According to the results of the 2018 edition, the ownership of computers was universal among archives (97%) and cinemas (97%), with a lower proportion in other types of cultural facilities, such as culture points (85%) and theaters (78%). Lower percentages were presented by museums (71%), libraries (63%) and heritage sites (62%).

Still regarding the ownership of computers, most institutions had one to ten computers, considering desktop computers, notebooks and tablets. A higher proportion of computer ownership was observed only among archives (28%), cinemas (26%) and culture points (20%), with 11 to 50 computers. Furthermore, among archives, 17% of the institutions had more than 50 computers.

Regarding computer use, in general, the proportion of cultural facilities that used these devices in the 12 months prior to the survey was higher than the proportion of those that owned computers, indicating that, in some cases, employees or volunteers used their personal devices, or even devices belonging to other institutions. The types of cultural facilities that most used computers were once again archives (98%), cinemas (98%) and culture points (92%), in contrast with libraries (69%) and heritage sites (67%).

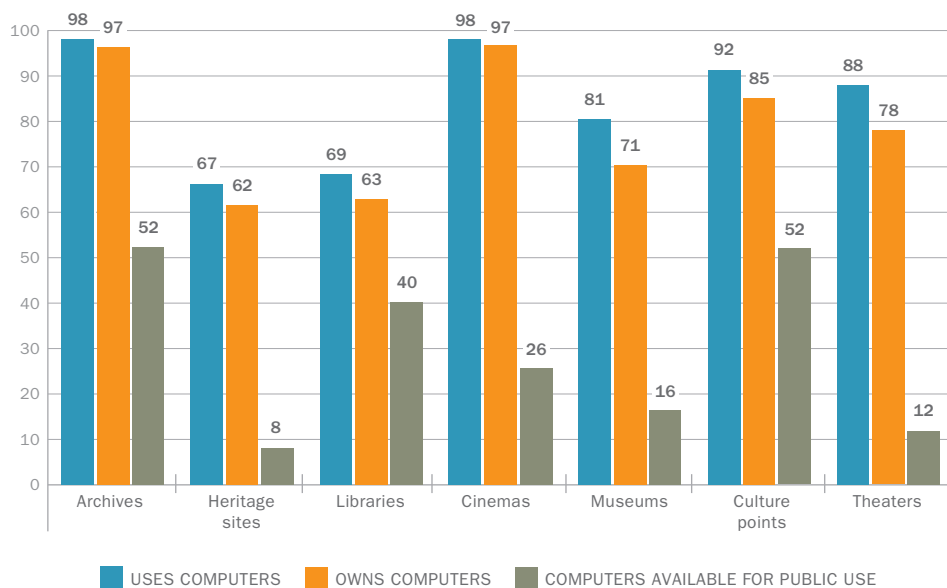
These results reinforce the diagnosis that libraries are the type of cultural facility that most needs resources to improve ICT infrastructure, especially considering the nature of their activities, whose mission involves promoting reading and expanding access to information. In this regard, it is also important to emphasize regional inequalities – while three in four libraries in the South owned computers (77%), the same was true among less than half of libraries in the North (45%) and Northeast (49%). Not coincidentally, in these regions, the high cost of acquisition and maintenance was presented as a reason for not using computers by approximately one-third of institutions.

This edition of the survey investigated for the first time the proportion of facilities with computers available for public use. These devices were most available for public use among archives and culture points (52%), which not only reflects the greater number of computers in these institutions, but also their profiles, which are more associated with research activities and

community actions. This practice was also common among libraries (40%), which can indicate, in some cases, the presence of telecenters. This result in particular represents opportunities for expanding ICT use in reading and research activities through specific sectoral policies⁸. In other types of cultural facilities, the results suggest that the availability of computers for public use was not aligned with the nature of the institutions' core activities, with low proportions of those that provided this resource (Chart 2). Even so, some potentials of using these devices could be further explored – such as in the case of museums, where more computers could be made available in exhibition areas.

CHART 2

CULTURAL FACILITIES BY COMPUTER USE, OWNERSHIP AND AVAILABILITY TO THE PUBLIC (2018)
Total number of cultural facilities (%)



Another aspect investigated by the survey that allows for the assessment of ICT infrastructure available in Brazilian cultural facilities is the use of mobile phones for work purposes. The data show the high level of use of these devices among the different types of institutions assessed, with the exception of libraries (37%), in which such use was incipient. Greater proportions were found in culture points (83%) and cinemas (77%).

Regarding Internet connection, most cultural facilities had used the Internet in the 12 months prior to the survey, especially among archives (98%) and cinemas (98%). Although Internet access was not universal, high proportions were also observed among culture points (86%)

⁸ In 2018, Minc, represented by the Department of Books, Reading, Literature and Libraries (DLLLLB), published a public call for the Digital Libraries project with the goal of supporting initiatives for creating the concept of the Digital Library among public state and municipal libraries, or in the Federal District. According to the public call, the selected projects should allocate resources to the acquisition of e-readers and of licenses to access books in digital format for reading on these devices and on computers. The goal was to enable library users to have the necessary conditions to access the digital collection offered, in addition to the physical repository already supplied. More information on Minc's website. Retrieved on January 14, 2019, from <http://cultura.gov.br/documentos/leitureragafuturo-edital-1-bibliotecas-digitais-2018/>

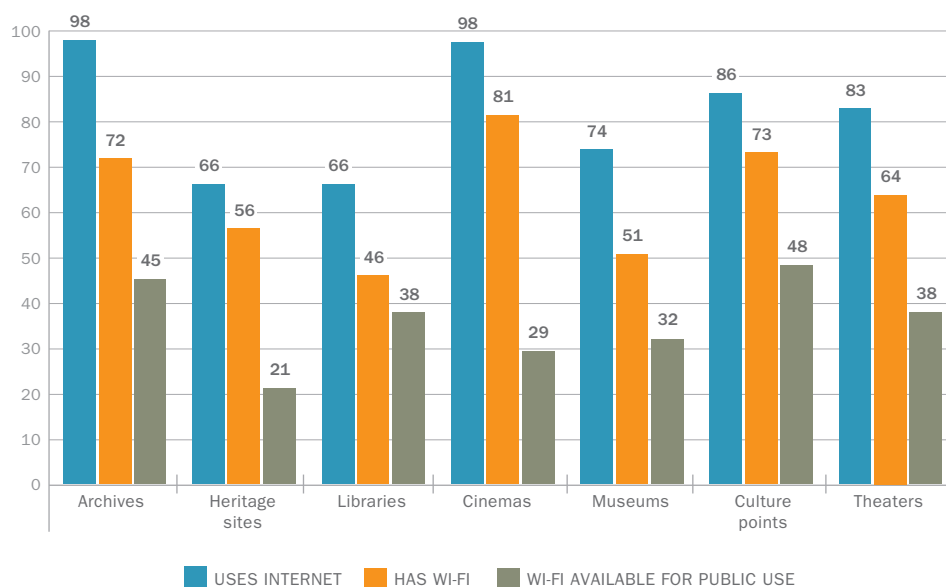
and theaters (83%), with lower occurrence in museums (74%), libraries (66%) and heritage sites (66%). In libraries, specifically, the results point once more to differences relative to geographic region: Internet use was lower in the North (49%) and Northeast (51%) in relation to the South (83%).

The presence of Wi-Fi was higher among cinemas (81%) and culture points (73%), facilities that were mostly private. Among those that were mostly public, Wi-Fi presence was lower, such as among museums (51%) and libraries (46%).

It is worth mentioning that even among cultural facilities with Wi-Fi networks, a small proportion of institutions made these networks available to the public (Chart 3). Only among libraries the difference between the number of facilities with Wi-Fi (46%) and their availability to the public (38%) was similar. However, the potential of libraries to reduce Internet access inequalities among the population is still underexplored. According to the ICT Households 2017 survey (CGI.br, 2018), the lowest percentages of Internet users were precisely in the North and Northeast regions, which also presented the highest proportions of Internet users exclusively via mobile phones. Therefore, considering that libraries are the cultural facilities with the greatest capillarity in the country, making Wi-Fi connection available to the public is an opportunity that needs to be better explored by public policies.

In addition to regional inequalities, significant differences were also observed in terms of Wi-Fi networks available to the public between libraries located in capital cities (63%) and countryside municipalities (36%). These results corroborate the diagnosis that there is still room for these cultural facilities to operate as a means to reduce digital inequalities in the country, which consequently requires improvements to their technological infrastructure.

CHART 3
CULTURAL FACILITIES BY INTERNET USE, PRESENCE OF WI-FI NETWORKS AND AVAILABILITY TO THE PUBLIC (2018)
Total number of cultural facilities (%)



In general, fiber-optic connection was most common among archives (58%) and cinemas (58%); cable connection was used the most in theaters (44%), culture points (38%), museums (32%) and libraries (28%); and connection via telephone line (DSL), among culture points (38%), heritage sites (35%) and museums (32%). In any case, disparities among the types of connection were associated with factors such as location, regional distribution and access coverage, which impact the potential uses of the Internet. Fiber-optic connection, for example, is capable of transporting more bandwidth at higher speeds, in conjunction with lower packet loss, resulting in significant improvements in the quality of connection. However, its availability is not heterogeneous, because it depends on replacing part of the infrastructure for optical fiber, which can be economically unattractive for ISP enterprises, especially in areas located farther away from large urban centers. In the case of libraries, for example, fiber-optic connection was mentioned most often by institutions in the South (40%) and Southeast (30%), while in the North and Northeast, cable connection was more common, mentioned by 23% and 28% of facilities, respectively.

Regarding maximum download speeds offered by contract, speeds up to 10 Mbps were used by practically all facilities. The exception was cinemas, which had greater proportions of connections from 10 to 50 Mbps (30%) and over 50 Mbps (19%). As presented below, these results greatly influence the activities carried out online, given that low connection speeds hinder more sophisticated uses, such as live video streaming. This aspect requires the adoption of policies to implement effective broadband for these cultural facilities.

The survey also investigated the reasons given by facilities for not using the Internet, among which issues related to cost and availability of connection stood out. Lack of access infrastructure in the region was mentioned by 15% of libraries and 9% of museums. Here, once again, regional inequalities were considerable: While 30% of libraries in the North mentioned lack of access infrastructure in the region as a reason for not using the Internet, this percentage was only 6% among those in the South. The high cost of connection was mentioned by 12% of libraries, 9% of culture points and 8% of museums, with very disparate proportions among regions. Lack of need was mentioned by 16% of heritage sites and 10% of libraries. These results highlight the relevance of investment in infrastructure, but also point to the need for management and learning policies for ICT appropriation and use by cultural managers.

ICT USE

ICT appropriation and use were investigated by the survey, especially based on information about the activities carried out by the cultural facilities on the Internet. In this regard, communication and internal management, electronic government, and ways of relating to the public, were addressed, as described below. Furthermore, the survey presented results about the online presence of institutions, considering the use of, and resources available on different platforms. Last, the study covered the services provided through ICT, such as selling or booking tickets online, the provision of e-learning activities, and the digitization of collections.

ONLINE ACTIVITIES

As in the previous edition of the survey (CGI.br, 2017b), Brazilian cultural facilities used the Internet the most for activities involving communication and the offering of information to the public. Activities such as training and recruiting staff and selling products or services followed at a lower level, in addition to electronic government activities. Thus, in 2018, Internet use by cultural facilities was more directed to relationship with their external publics than to meeting internal institutional demands regarding human and financial resources of the organizations.

INTERNAL MANAGEMENT AND COMMUNICATION

Activities involving communication were more common among the types of cultural facilities with the highest percentage of Internet use. Practically all archives (97%), cinemas (96%) and culture points (85%) reported sending or receiving emails in the year prior to the survey. In the same period, another frequent communication activity was the use of instant messaging, more common among cinemas (68%) and culture points (68%). The use of the telephones via the Internet, such as videoconferences, stood out among archives (44%), cinemas (43%) and culture points (42%).

Still among the institutions with higher Internet use, internal management activities involving human resources were also mentioned more often. Training and qualifying activities for people who worked in the institution were conducted by over half of archives (62%), cinemas (54%) and culture points (51%), while recruiting internal or external staff through the Internet presented lower proportions, but were also more common among cinemas (49%), culture points (44%) and archives (43%).

These activities were less common among theaters, museums and, above all, libraries. This finding shows that more institutional activities were conducted even less by the types of cultural facilities with lower percentages of Internet use.

These indicators reveal underexplored opportunities of ICT use, although it could boost training of cultural managers and contribute to honing the operations of institutions. The results also show that some inequalities among types of facilities still remain, which corroborates the observation that, in addition to improving ICT infrastructure, patterns of Internet use must also be honed.

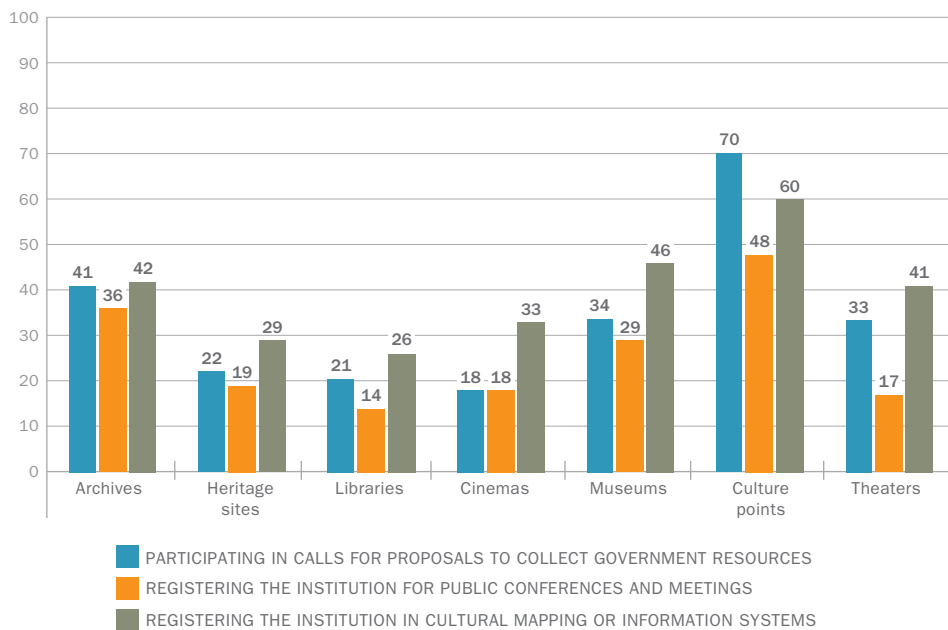
ELECTRONIC GOVERNMENT

The investigation of electronic government activities carried out by cultural facilities provides an overview of the interaction between these institutions and public policies. Searching for information about government organizations on the Internet was frequent among all types of cultural facilities in the 12 months prior to the survey, with emphasis on archives (84%) and culture points (79%), and considerable proportions also among museums (57%), theaters (56%), cinemas (51%), heritage sites (45%) and libraries (42%). Interacting with government organizations online was more common among culture points (58%) and cinemas (45%), which were predominately private institutions.

This scenario is explained by administrative and financial management practices. In these cases, emphasis goes to activities such as searching for information about taxes, carried out by more than half of cinemas and culture points, and paying taxes and fees online (carried out by 45% of culture points and 42% of cinemas).

In general, culture points carried out the most activities on government websites because of their direct connection with a public policy. Here it is also necessary to consider the issue of institutional funding, since they were predominately private nonprofit facilities. Thus, searching for information about calls for proposals to collect government resources was most frequent among culture points (76%), in addition to participating in calls for proposals to collect government resources (70%) – these institutions were also the ones carrying out more fundraising activities, as mentioned above. It is worth noting that even among the types of facilities that were mostly public, these activities were also frequent, with over one-third of archives, museums, and theaters and approximately one-fifth of libraries participating in calls for proposals to collect government resources (Chart 4).

CHART 4
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ELECTRONIC GOVERNMENT SERVICES USED IN THE LAST 12 MONTHS (2018)
Total number of cultural facilities (%)



Another relevant aspect of this interface with the government involves the participation of cultural facilities in spaces for discussing and deliberating about public policies. Registering the institution for public conferences and meetings was carried out by almost half of culture points (48%) and approximately one-third of archives (36%) and museums (29%).

Furthermore, for the first time in 2018, the survey investigated the registration of institutions in cultural mapping or information systems⁹, which contributes to generating data about the Brazilian cultural scenario. This activity was carried out by 60% of culture points, 46% of museums, 42% of archives, 41% of theaters, and to a lesser degree, by cinemas (33%), heritage sites (29%) and libraries (26%).

These indicators reveal relevant issues about the funding of institutions, and spaces for participation and systematization of data and information, which are essential aspects for the development of Brazilian cultural policies, which could benefit from better adoption of ICT.

RELATIONSHIP WITH THE PUBLIC

Activities involving relationship with the public were carried out frequently by the cultural facilities investigated by the ICT in Culture survey. Offering services, information or assistance to the public occurred at high proportions among archives (81%), cinemas (79%), culture points (71%) and theaters (63%). Such activity was less common among museums (55%), libraries (51%) and heritage sites (48%), which were the types of facilities that presented lower proportions of ICT use, in general.

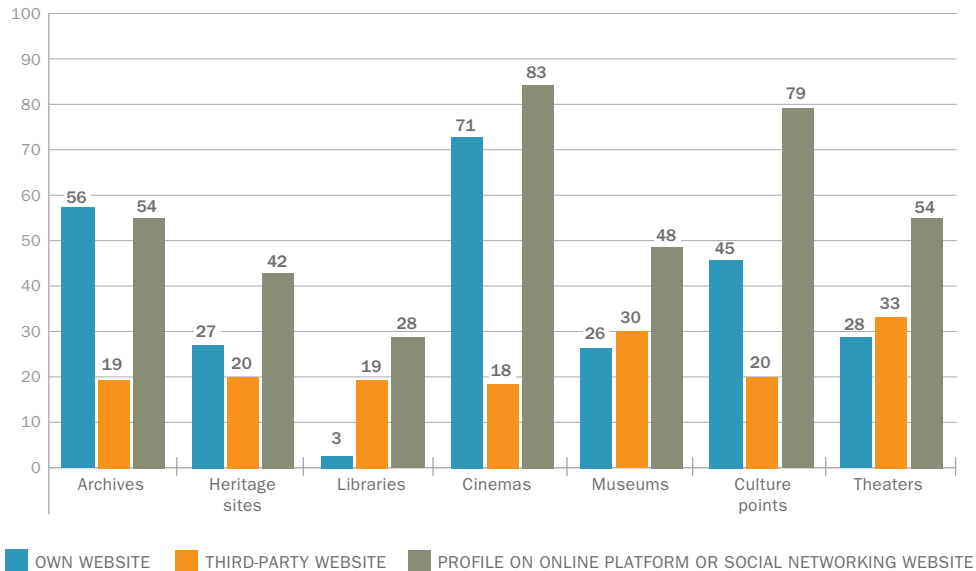
Considering only institutions that used the Internet, the provision of services, information or assistance to the public was highly homogenous, indicating that this practice was very common, not only among the types of facilities where Internet use was universal, but also among those with lower proportions of Internet use. As presented below, public relations activities usually occurred on the online platforms on which the institutions were present.

PRESENCE ON THE INTERNET

The ICT in Culture survey presented information about the presence of institutions on online platforms, whether on their own websites, third-party websites or social networking websites. The results show that, similar to the 2016 edition (CGI.br, 2017b), these institutions were more present on social networking websites than on websites, except for archives, which were present at similar proportions on both types of platforms (Chart 5).

⁹ Created to monitor the National Culture Plan (PNC), the National System of Information and Cultural Indicators (SNIIC) is the main cultural information system established in the country (Law no. 12.343, of December 2, 2010). The goal of the SNIIC is to collect, systematize and interpret data, statistics, indicators and other relevant information about the Brazilian cultural field. Part of the SNIIC, as a cultural mapping system, the Cultural Maps consist of a collaborative tool that gathers information about cultural agents, projects, spaces and events, providing a map of cultural activity in Brazil. More information on the initiative's website. Retrieved on January 14, 2019, from <http://mapas.cultura.gov.br/>

CHART 5
CULTURAL FACILITIES WITH OWN WEBSITES, PRESENCE ON THIRD-PARTY WEBSITES, AND PROFILES ON ONLINE PLATFORMS OR SOCIAL NETWORKING WEBSITES (2018)
Total number of cultural facilities (%)



Cinemas (71%) had a greater online presence through their own websites, being that in cases of large exhibition complexes chains, information from multiple locations could be present on the same website. In contrast, the proportion of libraries with their own website was very low (3%), considering that, in most cases, they were small public municipal institutions, which could not have their own structure or qualified personnel to maintain a website. However, at least basic information, such as location, business hours, etc., could be available on the websites of the local governments, secretariats or public organizations administratively responsible for them, which were present on third-party websites at similar proportions to those of other types of cultural facilities.

In the case of theaters (28%), heritage sites (27%) and museums (26%), less than one-third of institutions were present on the Internet on their own websites. It is worth emphasizing here the relevant differences according to the legal nature of the institutions. Among theaters, for example, while 43% of private institutions had their own websites, this percentage was 18% among public institutions.

The results of the ICT in Culture 2018 survey show that a large amount of cultural facilities are not present on the Internet, whether through websites or profiles on social networking websites. This scenario corroborates some of the results of the ICT Households 2017 survey (CGI.br, 2018), which indicated that a small proportion of the population searched for information on the Internet about cultural activities that are carried out in person, such as watching plays or live performances in theaters (7%), going to libraries (6%) and visiting museums and exhibitions (5%). This data reflects both the cultural habits of the population in the broadest sense and the low presence of institutions online. Thus, initiatives that aim to expand this presence on the

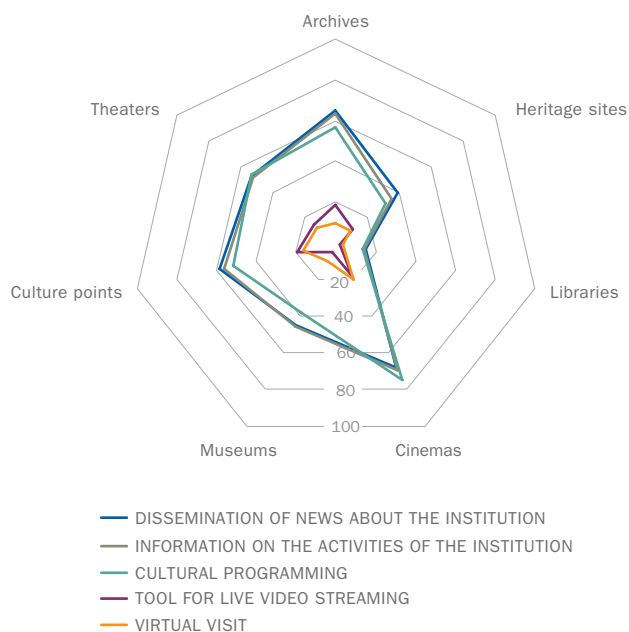
Internet can contribute to increasing the population's access to information about the activities carried out by these facilities, and, ultimately, incentivizing the public to attend them.

RESOURCES OFFERED ON WEBSITES

In addition to Internet presence on their own websites or those of third parties, the ICT in Culture 2018 survey also investigated the resources offered by the cultural facilities with these tools. In this regard, despite the different levels of ICT appropriation, the most common resources offered on websites were related to the provision of information about activities that take place at the institution, which occurred more frequently than the dissemination of cultural goods and services on the Internet.

Disseminating news about the institution and information about the cultural programming offered to users were present in over half of the websites of archives, cinemas, culture points and theaters (Chart 6). On the other hand, it was much less common to offer activities that could help expand remote access to activities – such as live video streaming or the possibility of virtual visits. Among museums, for example, only 10% of institutions provided virtual visits on their websites¹⁰.

CHART 6
CULTURAL FACILITIES BY RESOURCES OFFERED ON THEIR OWN WEBSITES OR THIRD-PARTY WEBSITES (2018)
Total number of cultural facilities (%)



¹⁰ This scenario is reiterated by the ICT Households 2017 survey, which shows that only 11% of Brazilian Internet users visited exhibitions or museums on the Internet (CGI.br, 2018). Not only does this reflect the low level of interest of the population in these activities, but it also points to the low provision of virtual visits by institutions.

Although the survey identified the most common resources offered on the websites of all types of cultural facilities, some of them also varied according to the nature of the institutions' activities. The provision of publications and studies was most common among archives, as was the provision of collection catalogues (42% for both resources). Subscription forms for courses and learning programs were provided more often on the websites of culture points (29%) and theaters (28%), which were also the facilities with the highest provision of learning programs. Providing a list of products or services sold or offered for free by the institution was more frequent among cinemas (41%), the type of cultural facility that most used the Internet to sell products or services and whose main source of funding relied on this activity.

Furthermore, in general, on comparing the different types of cultural facilities, these platforms were more comprehensive among those with more intensive ICT use, presenting greater variety and sophistication of the resources available on websites. The availability of digital accessibility resources, for example, presented the highest proportions among cinemas (33%) and archives (20%), with even more incipient proportions among the other types of cultural facilities.

In any case, it is noteworthy that websites were used more to attract the public to visit the institutions in person than to reach new audiences directly by providing online content. One of the main potentials for ICT use in the field of culture – namely, the possibility of providing access to cultural goods and services to the public without having to go to the institution that produces, exhibits or maintains them – is not being fully harnessed in Brazil, a country of continental proportions and with a significant concentration of cultural facilities in certain regions and urban centers, as highlighted above.

USE OF ONLINE PLATFORMS AND SOCIAL NETWORKING WEBSITES

In 2018, among all types of cultural facilities, Internet presence took place mainly on online platforms and social networking websites. Having profiles on social networking websites was an alternative for theaters (54%), museums (48%), and libraries (28%), considering the low proportion of these facilities that had their own websites. However, with the exception of cinemas (83%) and culture points (79%), there was still a high proportion of institutions that were not present on social networking websites, which are important channels through which Brazilians obtain information about cultural activities, as shown by the results of the qualitative study *Culture and technologies in Brazil* (CGI.br, 2017a). Furthermore, in the case of social networking websites, there were considerable differences according to location – for example, museums in capital cities were more present on these platforms (62%) than those in the countryside (42%).

According to the results of the ICT in Culture 2018 survey, most institutional social networking profiles were found on Facebook or YahooProfile, with proportions that reached three-quarters of cinemas (79%) and culture points (75%) and half of theaters (51%) and archives (49%). Other platforms were more relevant among certain types of cultural facilities, such as YouTube or Vimeo among culture points (44%), and Flickr or Instagram among cinemas (47%) and culture points (32%). Once more, this use was associated with the profiles of the institutions and the

types of activities carried out. Culture points, for example, produced audiovisual content at higher proportions (64%), a practice encouraged also by the policy that instituted them.¹¹

Among the institutions that had profiles on online platforms or social networking websites, cinemas and culture points presented the highest proportions of all the activities analyzed. As in the case of websites, the use of social networking websites also corroborated the focus on activities involving relationship with the public, with emphasis on announcing cultural programming and posting news about the institution, which was carried out by approximately three in four cinemas and culture points. These results reflect both greater Internet use by these facilities and greater use of these resources by institutions that work with regular cultural programming and that interact more with the public.

The use of these platforms, therefore, is also in aligned with the profiles of these institutions. Thus, other activities commonly carried out on social networking websites by culture points was posting information for the rendering of accounts of the institution (56%), raising funds (54%), and publicizing actions and campaigns of other institutions (51%), which is related to the nonprofit nature of these entities and their networked operations. Among cinemas, the most common activity on social networking websites was selling products and services (50%), which has also been mentioned as the main source of funds among most of these facilities.

SERVICES OFFERED TO THE PUBLIC THROUGH ICT

In addition to disseminating information about the activities that take place in institutions, the process of ICT appropriation by cultural facilities includes identifying how they provide services to the public on the Internet. These range from actions that favor access to in-person activities, such as online ticket sales, to the expansion of remote access, whether through the provision of e-learning or making collections available on the Internet.

ONLINE TICKET SALES AND BOOKING

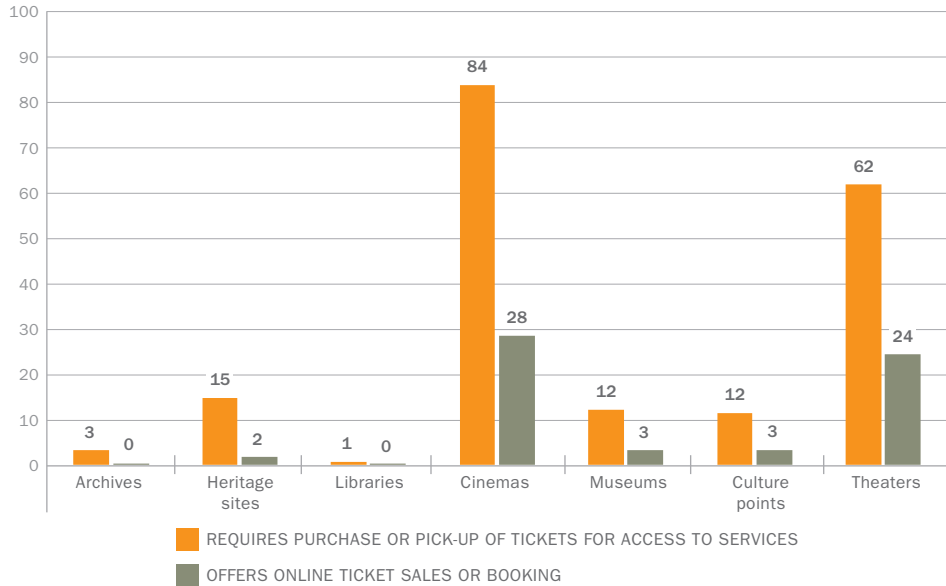
The sale of products and services on the Internet, in general, was performed mostly by cinemas (57%), reaching almost one-third of the institutions among culture points (30%) and theaters (25%). In this case, the results are associated, not only with the level of ICT infrastructure and use among the different types of cultural facilities, but also with the profiles of their activities and institutional sources of funding.

The cultural facilities that most required purchase or pick-up of tickets for access to their services, more specifically, were cinemas (84%) and theaters (62%), while among other types of cultural facilities the proportions were no higher than 15% (Chart 7). However, even though most cinemas and theaters required the purchase of tickets, online ticket sales and booking were offered only by one-quarter of the institutions, in both cases.

¹¹ Part of the Cultura Viva program, digital culture actions allowed access to equipment for audiovisual production, by allocating resources to purchase multimedia kits, consisting of video recorders, photographic cameras and computers with specific open-source software for photo, audio and video editing. With this, the initiative aimed to stimulate the production and dissemination of content that represent the diversity of Brazilian culture on the Internet. More information on the initiative's website. Retrieved on January 14, 2019 from: <http://culturaviva.gov.br/>

CHART 7
CULTURAL FACILITIES THAT REQUIRE PURCHASE OR PICK-UP OF TICKETS AND OFFER ONLINE TICKET SALES AND BOOKING (2018)

Total number of cultural facilities (%)



Among cinemas, 18% provided this service through the institution's website, the same proportion observed for websites and applications of third parties, in addition to 10% on their own applications. This provision is also related to the existence of these platforms, with cinemas being the facilities that most had their own websites (71%) and that provided mobile phone or tablet apps (30%)¹². Among theaters, which presented the lowest proportions of their own websites (28%) and apps (5%), selling and booking tickets was available especially on third-party platforms, with 19% on websites and 16% on applications.

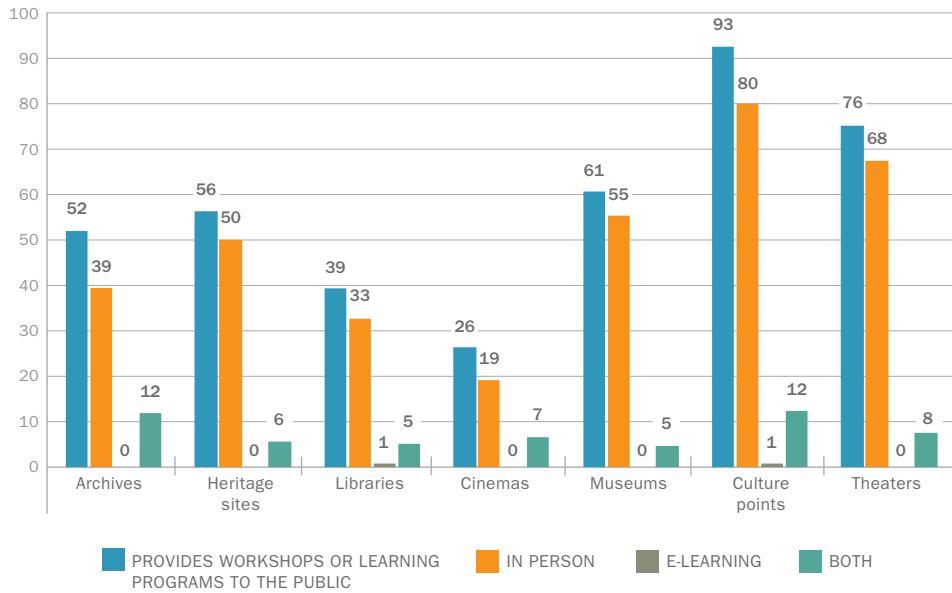
E-LEARNING

Still regarding the provision of services to the public, the survey investigated whether facilities offered workshops or learning programs, both in-person and through e-learning. In 2018, most institutions carried out workshops or learning programs, regardless of modality, with the highest percentages found among culture points (93%), theaters (76%), museums (61%), heritage sites (56%) and archives (52%) (Chart 8). However, providing e-learning through ICT was still quite incipient in the cultural field. The highest proportions of this type of service were found among archives and culture points, among which 12% of institutions carried out both types of workshops or learning programs (in-person and e-learning). In contrast, the supply of

¹² Among the other types of cultural facilities, mobile or tablet applications were offered by no more than 10%, indicating a certain delay in the development of these technologies, especially considering that Internet access by the population occurs increasingly via mobile devices. According to the ICT Households 2017 survey, 96% of Internet users accessed it on mobile phones, and 49% of them accessed the Internet exclusively on mobile phones (CGI.br, 2018).

exclusively in-person courses was mentioned by 80% of culture points and 68% of theaters, for example.

CHART 8
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF WORKSHOPS OR LEARNING PROGRAMS OFFERED TO THE PUBLIC (2018)
Total number of cultural facilities (%)



Given the relevance of cultural institutions in the provision of learning programs, the low percentages of ICT use in the development of these activities indicate an opportunity for the sector, especially to conduct more comprehensive operations and reach new audiences.

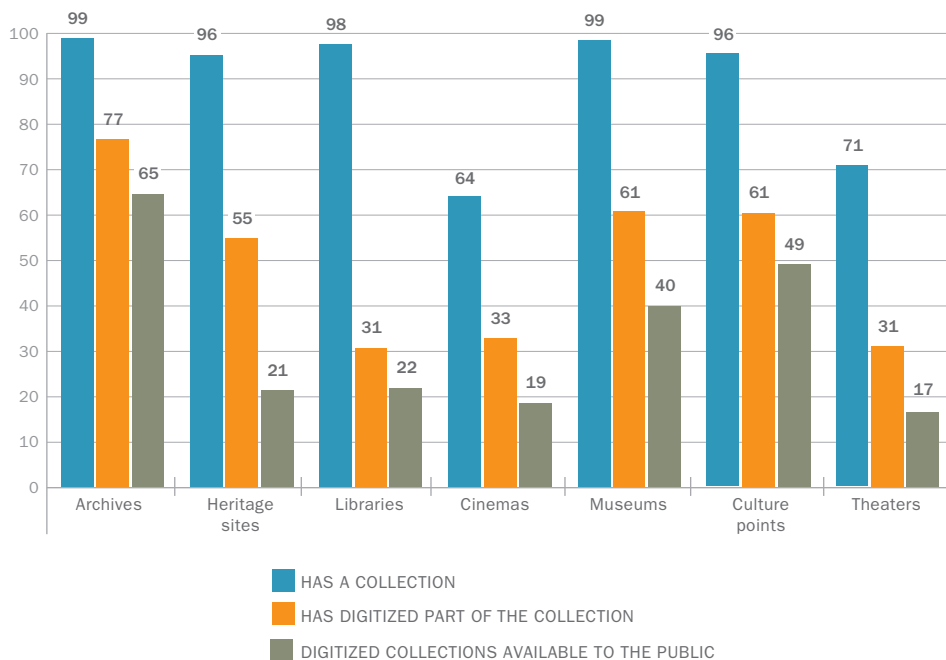
COLLECTION DIGITIZATION

Among the possibilities of ICT use by cultural facilities, collection digitization plays a strategic role, both to preserve materials stored by institutions, and as a critical step to provide public access to cultural goods through digital media. However, the scenario of this type of use was similar to that presented in the 2016 edition of the survey, with great challenges that still need to be overcome to fully harness the potentials of ICT for preserving and disseminating collections on the Internet (CGI.br, 2017b).

According to the results of the survey, in 2018 collections were present in practically all institutions, with percentages greater than 95% among the various types of facilities, except for cinemas and theaters, whose core mission does not usually involve storing and providing access to collections (Chart 9). The most common types of materials available followed the heterogeneity of the institutions' profile, with significant variations according to the characteristics of cultural facilities. Thus, among archives, official historic documents or archive records (93%) and manuscripts or original works (89%) were the most common collections. Collections of sculptures or installations, and furniture, craft objects, clothes, coins

or daily-use objects were the most common among heritage sites (both present in 65% of institutions), in addition to drawings, paintings or engravings (64%). Among libraries, 95% had books, magazines or newspapers collections. Despite the high percentages of different types of collections, the most common among museums were photographs, posters, maps or sheet music, present in 79% of institutions, a type of material that was also highly present among culture points (70%), theaters (46%) and cinemas (40%). Films or video recordings were more present among culture points (72%) and cinemas (40%).

CHART 9
CULTURAL FACILITIES BY PRESENCE, DIGITIZATION AND AVAILABILITY OF DIGITIZED COLLECTIONS TO THE PUBLIC (2018)
Total number of cultural facilities (%).



In turn, the percentage of institutions with digitized collections was much lower than of institutions with collections among all types of cultural facilities, especially libraries. This reality is associated with the level of ICT infrastructure and appropriation revealed by the survey, since technological and human resources are crucial to enable collection digitization processes, in addition to copyright¹³ issues and specific procedures relative to copyright that are part of the digitization process.

Nonetheless, digitization was present among most archives (77%), museums (61%), culture points (61%), and heritage sites (55%). However, the data also shows that even among archives, the institutions that most carried out digitization, the proportion of collection digitization was still low in relation to the total repository belonging to the institution: Less than half of the

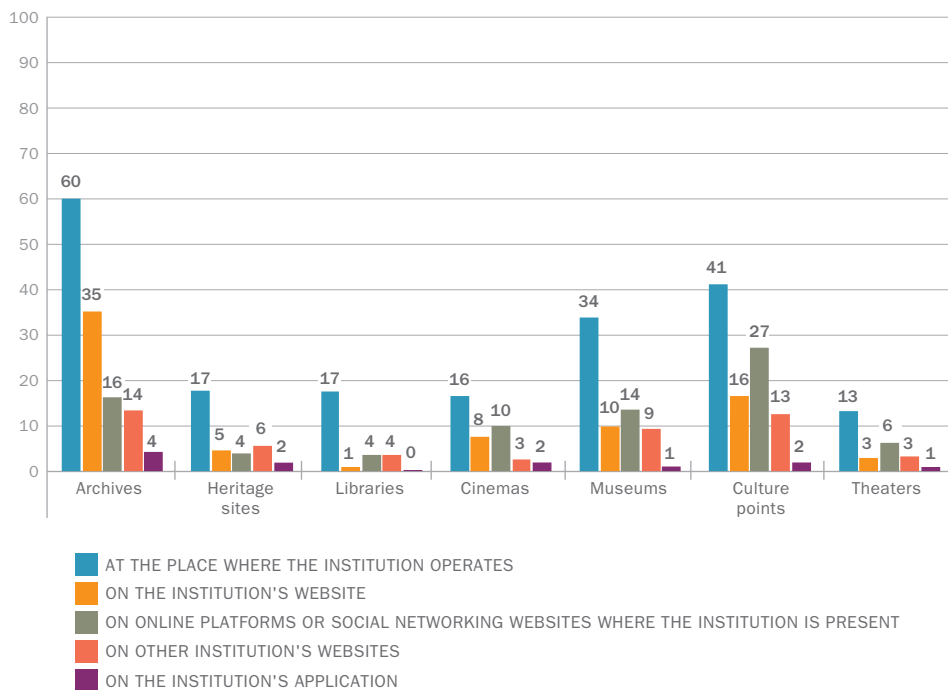
¹³ Brazilian copyright law requires that authors provide consent before the partial or full reproduction of any tangible literary, artistic or scientific work, including permanent or temporary storage on electronic media (Law no. 9.610, of February 19, 1998).

collections of official historic documents or archive records (48%) and manuscripts or original documents (43%) were digitized.

Furthermore, digitization does not always correspond to the availability of collections to the public, indicating that this strategy is used more to preserve materials than to disseminate them. Among heritage sites and museums, especially, the difference between the proportion of institutions that digitized collections and that provided public access to digitized collections surpassed 20 percentage points.

The survey also show that, in general, a small portion of institutions that digitized their collections made them available on the Internet, regardless of the type of cultural facility. The availability of digitized collections to the public among all types of cultural facilities was mainly at the place where the institution operates (Chart 10), a practice that enables preservation, but that has little dissemination potential. Offering digitized content online was more common among archives, of which 35% provided access on their own websites, and culture points, of which 27% provided access to materials on online platforms or social networking websites where they were present. Among museums, only 10% provided digitized collections on the institution's website and 14% on online platforms or social networking websites.

CHART 10
CULTURAL FACILITIES BY WAY DIGITIZED COLLECTIONS ARE MADE AVAILABLE TO THE PUBLIC (2018)
Total number of cultural facilities (%).



The greatest difficulty to collection digitization in the country, according to the 2018 ICT in Culture survey, was lack of funding, mentioned most often among all types of facilities analyzed by the survey, even among those in which digitization was most present, such as archives

(56%), museums (48%) and culture points (52%). Another barrier that was emphasized was the lack of a qualified team, mentioned as the main difficulty by 27% of library managers and a quarter of museums (24%). In this case, this difficulty may be associated with lack of specific training about collection management and dissemination in the digital universe, whether from the technical point of view of the actual digitization process, or regarding copyright law.

Finally, another activity that could help cultural facilities disseminate the content of their collection was providing access to collection catalogues on the Internet. However, this type of initiative, measured for the first time in this edition of the survey, was not very disseminated among institutions, with the highest percentage presented by archives (38%). Among museums, only 15% had collection catalogues available online, a proportion that reached 12% of libraries, with important disparities in terms of location, since the percentage was 70% for libraries in capital cities in comparison to 9% for those in the countryside.

This data points to important challenges faced by Brazilian cultural institutions to democratize access to collections, both in terms of ICT infrastructure and the online presence of institutions, and regarding institutional issues relative to financial resources and the training of human resources for digitization.

SKILLS AND PERCEPTIONS REGARDING ICT USE

In addition to the indicators about technology infrastructure and patterns of use among cultural facilities, the ICT in Culture survey also investigates skills and perceptions regarding ICT use in institutions. The survey presents data about IT management and training, software development and use, as well as the motivations for and barriers to using computers and the Internet. These results help understand the afore mentioned scenario, highlighting the need for investments in the development of management and training in the technological area so ICT can be better harnessed in the cultural field.

IT MANAGEMENT

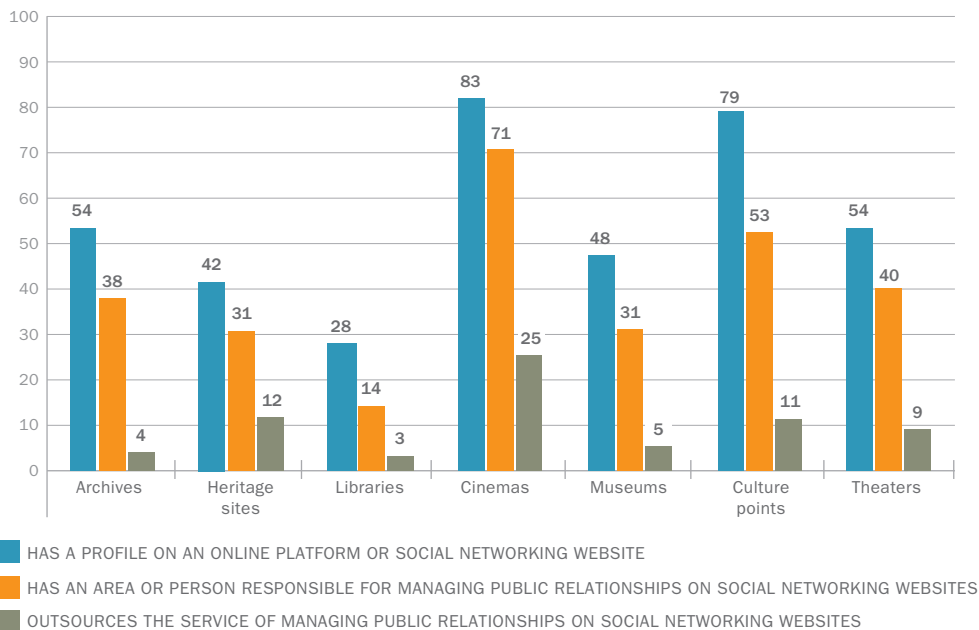
Characteristics relative to IT management among Brazilian cultural facilities tend to follow the main results relative to ICT infrastructure and use. Thus, in the same way that they presented lower ICT use and poorer ICT infrastructure, libraries (21%), heritage sites (15%) and museums (14%) were the cultural facilities with the lowest presence of an IT area. In these cases, IT management was also not performed by outsourced companies, with similar low percentages of IT services hired among museums (18%) and libraries (15%). In contrast, the presence of professional IT management was higher among archives and cinemas, either because of the existence of internal areas or departments (48% among cinemas and 37% among archives) or, to a greater extent, the hiring of IT services (65% among cinemas and 42% among archives).

The survey also investigated the provision of training activities for teams from the institutions in informatics and computer and Internet use, a strategic and highly critical initiative in the process of ICT appropriation, considering the reality of Brazilian cultural facilities. The results corroborate the scenario demonstrated by the previous edition of the survey (CGI.br, 2017b),

pointing to low investments in this area. Thus, internal training was more common than the provision of external courses, with higher percentages presented by cinemas (43%), archives (34%) and culture points (27%), but with proportions that did not surpass 20% among the other types of cultural facilities.

Also for the first time in 2018, the survey investigated how cultural facilities managed their relationship with the public on social networking websites. The presence of an area or person responsible for managing public relationships on social networking websites was mentioned by 71% of cinemas, approximately half of culture points (53%) and 40% of theaters, indicating the strategic relevance of these resources for institutions that work with a regular program of events. Because social networking websites are important sources of information for the public, this finding may be related to the use of such websites to disseminate these activities, as seen previously. Contrary to what occurs with IT management, the percentages of facilities that outsourced the service of managing public relationships on social networking websites, in general, were lower than those that had a sector or person responsible for the service internally (Chart 11).

CHART 11
CULTURAL FACILITIES BY RESPONSIBLE FOR MANAGING PUBLIC RELATIONSHIPS ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES
Total number of cultural facilities (%).



Regarding the development of institutional websites, the survey points to the importance of hiring service providers to this end among cinemas (43%), in addition to the relevance of other team members not from an IT area among archives (39%). Website development by the IT area was also more common among these institutions; however, this was the case of only one out of five archives and cinemas (20%). Moreover, this indicator also reveals the importance of

volunteers in culture points, who were responsible for developing websites in 21% of these institutions.

Regarding software development, the 2018 ICT in Culture survey showed that the use of software developed by the institution was the least common, with higher percentages only among archives (40%) and cinemas (33%), but with proportions no higher than one-fifth of the institutions among other types of cultural facilities. In terms of the types of software, licensed use was most common among cinemas (66%), archives (62%) and theaters (42%). The use of open source software stood out especially by culture points (49%), among which this type of software was more common than via licensed use (42%) – which, to a great extent, results from policies that encouraged the development of digital culture actions.

The most common purposes for using software were investigated for the first time in the present edition of the survey, providing one more piece of data that can point to the specificities of the operations of each type of cultural facility. Thus, software was used to catalog collections mainly by archives (63%), but also libraries (36%) and museums (31%), institutions whose operations focus on repositories. The use of software to create and edit audiovisual contents was cited by practically half of culture points (47%), among which other types of use were also frequent, such as for event production (36%) and mapping of cultural venues and agents (27%). One purpose mentioned by all types of cultural facilities was the storage of digital archives, present in 60% of archives, 45% of cinemas and culture points and approximately one-third of museums (33%) and theaters (32%).

Once again, these results show that ICT use among cultural facilities was directed more at their relationship with the public, to publicize their actions and provide information on the Internet, especially via social networking websites, than at other activities that require more specialized IT actions and greater staff training for such use - for example, website or software development.

Thus, regarding IT management, the data indicates the need to adopt an integrated policy for the sector. More than having a technical area to solve problems involving computer and Internet use, institutions must develop strategic thinking regarding their presence on the Internet and their operations via ICT, according to their specific profiles and missions.

BARRIERS AND MOTIVATIONS FOR ICT USE

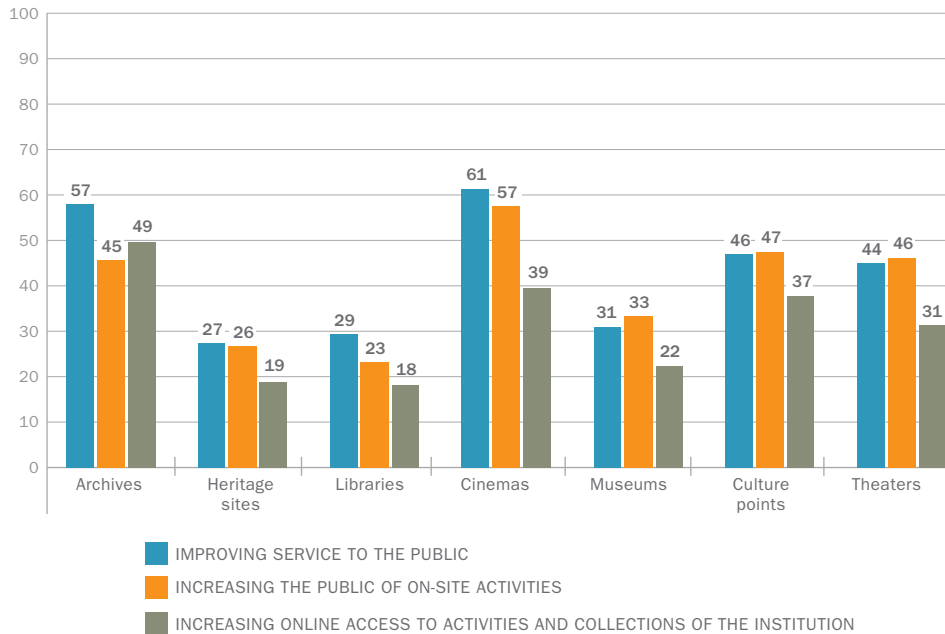
The ICT in Culture survey also investigated perceptions about the barriers and motivations for ICT use among cultural facilities, presenting essential data to identify the most beneficial aspects of technology use to institutions, in addition to the barriers to reaching the full potential they can offer the cultural segment. According to the 2018 results, the main contribution of computer and Internet use perceived by managers was to make institutions and their activities better known and to improve their relationship with their public. Furthermore, from the point of view of institutional management, the respondents also mentioned contributions relative to improving internal processes.

The promotion of institutions and their activities was relevant, since most managers from different types of cultural facilities mentioned that technologies had contributed a lot to making the institutions better known and to publicize their actions and projects, cited by more

than half of archives, cinemas, culture points and theaters. Such motivations were associated with the type of ICT use highlighted previously, especially with regards to the dissemination of activities, news and cultural programming of cultural facilities on websites and social networking websites.

Contributions to improving public service and increasing the public of on-site activities, in general, were mentioned at higher proportions by institution managers than to increasing online access to activities and collections of the institution (Chart 12). This finding corroborates the diagnosis that ICT use is primarily aimed at the relationship with the public (or potential public) that visits cultural facilities, instead of to increase this public through goods and services provided directly on the Internet.

CHART 12
CULTURAL FACILITIES BY HIGH LEVEL CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS (2018)
Total number of cultural facilities (%).



The contribution of ICT to improving internal processes was also considerable, with particular emphasis to increasing work efficiency and agility and improving internal communication, mentioned by more than half of archives, cinemas and culture points and by a considerable proportion of theaters (47% and 41%, respectively) and museums (38% and 33%, respectively).

Regarding the main barriers reported by the managers of cultural facilities to computer and Internet use, the most commonly mentioned factors were those relative to funding. Insufficient financial resources to invest in technology was cited as the main difficulty by half of the culture points (51%), two out of five archives (41%), approximately one-third of heritage sites (34%) and museums (31%), and also by a considerable percentage of theaters (29%), libraries (25%) and cinemas (19%). Another factor mentioned frequently as the main type of difficulty

with using computers and the Internet was low connection speeds, especially among cinemas (22%), reinforcing the need for improving the Internet infrastructure available to cultural facilities in the country.

FINAL CONSIDERATIONS: AGENDA FOR PUBLIC POLICIES

The ICT in Culture 2018 survey deepens and corroborates the diagnosis presented in the previous edition of the study: There is a need for specific actions for each type of cultural facility to improve conditions for ICT access and use, given the heterogeneity of the institutions that make up the investigated universe. However, even with these differences, the survey also reinforced the importance of these technologies for all types of cultural facilities for improving their internal processes, disseminating their activities, and offering online goods and services to expand access to culture by the population.

Public policies that work in this direction are also important for implementing international objectives – such as the Sustainable Development Goals (SDG) of the UN 2030 Agenda¹⁴ and the lines of action of the World Summit on the Information Society (WSIS)¹⁵ – and national objectives – such as the National Culture Plan (Minc, 2012). Goal 40 of the PNC addresses making collections of public federal cultural institutions available on the Internet, and goal 41 requires that all libraries and 70% of museums provide information about their collections on the Internet by 2020. However, the results of the survey show that these objectives are still far from being achieved. In particular, the conditions of Internet access among cultural facilities, and lack of financial resources and training of managers for ICT appropriation are barriers to reaching this.

The data reveal the need for initiatives that improve computer and Internet use, especially among libraries and museums; they are the most numerous types of facilities in the country, but were among those that least used these technologies. Still, considering that practically all Brazilian municipalities had at least one public library (Brazilian Institute of Geography and Statistics [IBGE], 2015), the strategic importance of these institutions emerges, not only for cultural public policies, but also from the point of view of digital inclusion.

Progress in ICT infrastructure in cultural facilities can also facilitate Internet access by the public assisted, especially by providing access to Wi-Fi. This would increase the provision of access points to the population, and would open the possibility for initiatives with greater interactivity with the public within the institutions. However, as demonstrated by the data of the ICT in Culture 2018 survey, Wi-Fi was not offered to visitors in more than half of the institutions among all types of cultural facilities, including even those in which Internet use was more frequent.

¹⁴ More information on the initiative's website. Retrieved on January 14, 2019, from <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>

¹⁵ More information on the initiative's website. Retrieved on January 14, 2019, from <https://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/poa.html>

Regarding ICT appropriation, the survey revealed that the relationship with the public was the main purpose of technology use by cultural facilities. The Internet, in particular, was used to disseminate information about the activities and cultural programming of the institutions, more with the goal of expanding in-person access than to provide online access to goods and content produced or maintained by them.

The first step to fully harnessing these potentials, however, is the Internet presence of institutions. According to the survey, Brazil had a low proportion of cultural facilities with their own websites or that were present on third-party websites, with the exception of archives and cinemas, among which more than half had their own websites. Regarding social networking websites profiles, even though cinemas (83%) and culture points (79%) presented the highest percentages, among other types of facilities these levels were lower, reaching only 28% of libraries. These figures indicate that there is still a large proportion of cultural facilities that, despite using the Internet for other purposes, are not institutionally present on the Internet.

There is also a growing need to develop policies that foster the availability of Internet access for the activities carried out by cultural facilities, with the main objective of offering access to the materials and content produced, exhibited and stored by these institutions to populations who do not have in-person access to them. This is the case, for example, for virtual visits, live video streaming, e-learning, and the provision of digitized collections, all activities that were not common among any of the surveyed cultural facilities.

Similarly, the survey data show that initiatives that promote digitization and dissemination of collections on the Internet are still necessary. In 2018, most of the facilities had digitized less than half of their collections and, even among those who had made more progress in this process, such as archives, public access was provided mainly on-site and not on the Internet.

In this context, one of the main barriers shown by the ICT in Culture 2018 survey to the more strategic appropriation of technologies in the cultural segment was lack of funding. Therefore, policies that aim to invest in expanding access and honing ICT use in cultural institutions, according to their specific natures and missions, are essential to overcome the difficulties reported by the managers of most Brazilian cultural facilities.

REFERENCES

Brazilian Institute of Geography and Statistics – IBGE (2015). *Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: Cultura 2014*. Rio de Janeiro: IBGE. Retrieved on January 14, 2019, from <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf>

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017a). *Cultura e tecnologias no Brasil: Um estudo sobre práticas culturais da população e o uso das tecnologias de informação e comunicação*. São Paulo: CGI.br. Retrieved on January 14, 2019, from <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/7/cultura-e-tecnologias-no-brasil.pdf>

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017b). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities: ICT in Culture 2016*. São Paulo: CGI.br. Retrieved on January 14, 2019, from https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_CULT_2016_livro_eletronico.pdf

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2018). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2017*. São Paulo: CGI.br. Retrieved on January 14, 2019, from https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic_dom_2017_livro_eletronico.pdf

Decree no. 520, of May 13, 1992. Established the National Public Library System and other provisions. Retrieved on February 05, 2019, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/D0520.htm

Decree no. 7.559, of September 1, 2011. Provided for the National Book and Reading Plan (PNLL) and other provisions. Retrieved on February 05, 2019, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/decreto/D7559.htm

Law no. 9.610, of February 19, 1998 (1998). Altered, updated and consolidated the legislation regarding copyright and other provisions. Retrieved on February 5, 2019, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm

Law no. 12.343, of December 2, 2010. Established the National Culture Plan - PNC, created the National System of Information and Cultural Indicators – SNIIC and other provisions. Retrieved on February 28, 2019, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12343.htm

Ministry of Culture – Minc (2004). *Cultura Viva: Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania*. Brasília: Minc.

Ministry of Culture – Minc (2012). *As metas do Plano Nacional de Cultura*. São Paulo: Instituto Via Pública; Brasília: Minc. Retrieved on January 14, 2019, from <http://pnc.cultura.gov.br/2013/01/01/2533/>

PARTE 3



**TABELAS DE
RESULTADOS**

PART 3



**TABLES OF
RESULTS**



A1 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE EQUIPAMENTO QUE DECLARAM SER
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF FACILITY DECLAREDTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Arquivo Archive	Bem tombado Heritage site	Biblioteca Library	Cinema Cinema	Museu Museum	Ponto de cultura Culture point	Teatro Theater	Centro cultural Cultural center	Outros Other
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	84	25	28	2	18	51	2	35	25
	Bem tombado Heritage site	33	96	18	4	49	72	8	55	33
	Biblioteca Library	56	36	99	8	14	80	11	60	12
	Cinema Cinema	11	15	12	93	4	82	16	50	12
	Museu Museum	48	44	27	8	87	74	9	59	19
	Ponto de cultura Culture point	24	13	28	11	10	79	16	59	44
	Teatro Theater	15	34	12	23	10	64	93	60	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

A2 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL TIPO DE EQUIPAMENTO QUE DECLARAM SER
CULTURAL FACILITIES BY MAIN TYPE OF FACILITY DECLAREDTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Arquivo Archive	Bem tombado Heritage site	Biblioteca Library	Cinema Cinema	Museu Museum	Ponto de cultura Culture point	Teatro Theater	Centro cultural Cultural center	Outros Other	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	62	2	0	0	4	4	0	5	20	1	2
	Bem tombado Heritage site	0	41	2	0	16	5	0	9	24	0	4
	Biblioteca Library	3	1	72	0	0	11	0	9	3	0	1
	Cinema Cinema	0	0	0	78	0	7	1	8	5	0	0
	Museu Museum	4	5	0	0	59	8	0	12	9	0	2
	Ponto de cultura Culture point	2	3	1	0	2	43	3	16	27	0	2
	Teatro Theater	0	2	1	1	0	9	58	21	7	0	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

A2A EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR ANO DE FUNDAÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY YEAR OF ESTABLISHMENTTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)	Até 1930 Up to 1930	Entre 1931 e 1945 Between 1931 and 1945	Entre 1946 e 1963 Between 1946 and 1963	Entre 1964 e 1984 Between 1964 and 1984	Entre 1985 e 2002 Between 1985 and 2002	Entre 2003 e 2014 Between 2003 and 2014	A partir de 2015 As of 2015	Não sabe / Não respondeu Does not know / Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY								
Arquivo Archive	15	4	4	11	29	20	2	14
Bem tombado Heritage site	62	1	4	5	4	5	0	19
Biblioteca Library	1	2	5	14	20	19	1	38
Cinema Cinema	2	1	3	6	13	48	16	10
Museu Museum	3	1	2	17	37	27	3	9
Ponto de cultura Culture point	3	2	4	10	47	26	0	6
Teatro Theater	7	3	5	17	33	18	3	14

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

A3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR REGIÃO
CULTURAL FACILITIES BY REGIONTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)	Centro-Oeste Center-West	Nordeste Northeast	Norte North	Sudeste Southeast	Sul South
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY					
Arquivo Archive	11	17	5	46	21
Bem tombado Heritage site	5	35	3	45	12
Biblioteca Library	8	30	8	32	21
Cinema Cinema	8	15	7	53	18
Museu Museum	7	21	5	39	28
Ponto de cultura Culture point	8	35	8	37	11
Teatro Theater	10	19	5	49	17

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

A4 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR NATUREZA JURÍDICA
CULTURAL FACILITIES BY LEGAL NATURETOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Público federal Federal public	Público estadual State public	Público municipal Municipal public	Privado com fins lucrativos Private for profit	Privado sem fins lucrativos Private nonprofit	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	30	19	31	0	17	0	2
	Bem tombado Heritage site	17	8	16	4	54	1	1
	Biblioteca Library	1	3	93	0	1	1	0
	Cinema Cinema	2	7	13	70	6	3	0
	Museu Museum	12	16	44	2	24	1	1
	Ponto de cultura Culture point	2	2	9	2	83	1	1
	Teatro Theater	6	15	37	9	30	2	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

A5 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR LOCAL ONDE FUNCIONA A INSTITUIÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY SITE WHERE THE INSTITUTION OPERATESTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Prédio público Public building	Propriedade privada da instituição Institution's private property	Espaço alugado Rented space	Espaço cedido pelo governo Space provided by the government	Espaço cedido por empresas ou organizações sem fins lucrativos Space provided by enterprises or nonprofit organizations
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	61	17	12	5	3
	Bem tombado Heritage site	31	48	1	6	5
	Biblioteca Library	69	1	21	5	1
	Cinema Cinema	20	17	57	3	0
	Museu Museum	56	18	4	8	4
	Ponto de cultura Culture point	13	31	15	12	10
	Teatro Theater	50	29	6	7	3

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A5 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR LOCAL ONDE FUNCIONA A INSTITUIÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY SITE WHERE THE INSTITUTION OPERATESTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Residência de um dos membros da instituição Residence of one of the institution's members	Não possui espaço específico Does not have a specific place	Outro Other	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	0	0	1	0	0
	Bem tombado Heritage site	2	2	3	0	2
	Biblioteca Library	0	1	1	0	1
	Cinema Cinema	1	0	1	0	0
	Museu Museum	3	2	4	0	1
	Ponto de cultura Culture point	11	2	4	0	2
	Teatro Theater	1	2	2	0	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

A6 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR NÚMERO DE PESSOAS QUE TRABALHARAM DE FORMA REMUNERADA NA INSTITUIÇÃO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY NUMBER OF PERSONS EMPLOYED IN THE INSTITUTION IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Nenhuma None	De 1 a 9 1 to 9	De 10 a 50 10 to 50	Mais de 50 More than 50	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	2	42	35	18	3	1
	Bem tombado Heritage site	10	55	25	5	5	1
	Biblioteca Library	2	88	8	1	1	0
	Cinema Cinema	1	30	49	14	4	1
	Museu Museum	10	64	21	3	1	0
	Ponto de cultura Culture point	42	25	23	6	3	2
	Teatro Theater	6	51	32	8	3	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

A7 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR NÚMERO DE VOLUNTÁRIOS QUE TRABALHARAM NA INSTITUIÇÃO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY NUMBER OF VOLUNTEERS WHO WORKED IN THE INSTITUTION IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

		Percentual (%) Percentage (%)	Nenhuma None	De 1 a 9 1 to 9	De 10 a 50 10 to 50	Mais de 50 More than 50	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive		55	20	13	2	8	2
	Bem tombado Heritage site		32	19	26	14	7	1
	Biblioteca Library		67	24	6	0	2	0
	Cinema Cinema		71	14	10	2	2	0
	Museu Museum		44	37	15	2	1	1
	Ponto de cultura Culture point		5	28	52	11	3	0
	Teatro Theater		49	15	18	11	6	2

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

A9 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FONTES DE RECURSOS

CULTURAL FACILITIES BY SOURCES OF FUNDING

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

		Percentual (%) Percentage (%)	Governo federal Federal government	Governos estaduais State governments	Governos municipais Local governments	Empresas públicas ou mistas Public or mixed-capital companies	Empresas privadas Private companies
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive		38	23	30	4	10
	Bem tombado Heritage site		19	10	22	3	9
	Biblioteca Library		10	16	83	2	2
	Cinema Cinema		9	10	15	4	26
	Museu Museum		19	22	47	5	16
	Ponto de cultura Culture point		27	37	41	10	35
	Teatro Theater		14	23	42	5	28

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

A9 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FONTES DE RECURSOS
CULTURAL FACILITIES BY SOURCES OF FUNDINGTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Organizações sem fins lucrativos Nonprofit organizations	Igrejas ou organizações religiosas Churches or religious organizations	Mensalidades e anuidades pagas por associados Monthly and annual fees paid by members	Doações de pessoas físicas Donations from individuals	Venda de produtos ou serviços Product or service sales
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	13	4	8	9	13
	Bem tombado Heritage site	14	30	24	49	34
	Biblioteca Library	10	2	2	36	2
	Cinema Cinema	4	5	6	6	75
	Museu Museum	17	4	6	20	17
	Ponto de cultura Culture point	30	10	35	55	45
	Teatro Theater	20	5	13	11	34

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A9 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FONTES DE RECURSOS
CULTURAL FACILITIES BY SOURCES OF FUNDINGTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Organismos internacionais International organizations	Governos de outros países Foreign governments	Outros Other	Não recebeu recursos Did not receive funding
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	2	2	6	3
	Bem tombado Heritage site	1	1	2	3
	Biblioteca Library	2	1	0	6
	Cinema Cinema	0	0	2	3
	Museu Museum	2	1	5	5
	Ponto de cultura Culture point	8	6	5	3
	Teatro Theater	0	1	8	2

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

A10 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL FONTE DE RECURSOS
CULTURAL FACILITIES BY MAIN SOURCE OF FUNDINGTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Governos federais Federal government	Governos estaduais State governments	Governos municipais Local governments	Empresas públicas ou mistas Public or mixed-capital companies	Empresas privadas Private companies	Organizações sem fins lucrativos Nonprofit organizations
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	29	17	25	0	2	4
	Bem tombado Heritage site	15	6	14	1	0	6
	Biblioteca Library	1	3	70	0	0	1
	Cinema Cinema	1	6	10	0	4	1
	Museu Museum	11	14	40	1	4	5
	Ponto de cultura Culture point	8	10	17	2	6	4
	Teatro Theater	6	14	31	2	10	4

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

A10 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL FONTE DE RECURSOS
CULTURAL FACILITIES BY MAIN SOURCE OF FUNDINGTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Igrejas ou organizações religiosas Churches or religious organizations	Mensalidades e anuidades pagas por associados Monthly and annual fees paid by members	Doações de pessoas físicas Donations from individuals	Venda de produtos / serviços Product or service sales	Organismos internacionais International organizations	Governos de outros países Foreign governments
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	2	3	5	2	0	0
	Bem tombado Heritage site	9	6	26	8	1	0
	Biblioteca Library	0	1	14	0	0	0
	Cinema Cinema	0	1	2	68	0	0
	Museu Museum	1	3	5	7	0	0
	Ponto de cultura Culture point	1	10	14	15	3	1
	Teatro Theater	2	5	2	13	0	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A10 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL FONTE DE RECURSOS
CULTURAL FACILITIES BY MAIN SOURCE OF FUNDINGTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

	Percentual (%) Percentage (%)	Outros Other	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	3	2	1	4
	Bem tombado Heritage site	2	2	2	3
	Biblioteca Library	0	2	1	6
	Cinema Cinema	0	3	1	3
	Museu Museum	3	1	1	5
	Ponto de cultura Culture point	4	2	1	3
	Teatro Theater	5	2	2	2

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

A10A EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE RECEBERAM RECURSOS VIA INCENTIVO FISCAL
CULTURAL FACILITIES THAT RECEIVED FUNDING VIA TAX INCENTIVESTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

	Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	8	89	4	0
	Bem tombado Heritage site	5	94	1	0
	Biblioteca Library	3	92	5	0
	Cinema Cinema	8	84	8	0
	Museu Museum	8	90	2	0
	Ponto de cultura Culture point	16	82	2	0
	Teatro Theater	18	80	2	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

A11 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE REALIZAM ATIVIDADES DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS

CULTURAL FACILITIES THAT CARRY OUT FUNDRAISING ACTIVITIES

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	26	72	2	1
	Bem tombado Heritage site	24	75	1	0
	Biblioteca Library	8	91	2	0
	Cinema Cinema	21	72	6	0
	Museu Museum	24	74	1	1
	Ponto de cultura Culture point	68	31	1	0
	Teatro Theater	25	74	1	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

A12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FAIXA DE RECEITA ANUAL

CULTURAL FACILITIES BY ANNUAL REVENUE RANGE

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Até R\$ 50 mil Up to BRL 50 thousand	Mais de R\$ 50 mil a R\$ 100 mil Over BRL 50 thousand up to BRL 100 thousand	Mais de R\$ 100 mil a R\$ 250 mil Over BRL 100 thousand up to BRL 250 thousand	Mais de R\$ 250 mil a R\$ 500 mil Over BRL 250 thousand up to BRL 500 thousand	Mais de R\$ 500 mil a R\$ 1 milhão Over BRL 500 thousand up to BRL 1 million
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	23	6	6	2	5
	Bem tombado Heritage site	43	7	9	6	3
	Biblioteca Library	47	2	1	0	0
	Cinema Cinema	15	9	7	11	12
	Museu Museum	48	8	6	4	3
	Ponto de cultura Culture point	43	12	10	9	4
	Teatro Theater	33	11	9	8	7

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FAIXA DE RECEITA ANUAL
CULTURAL FACILITIES BY ANNUAL REVENUE RANGETOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Mais de R\$ 1 milhão a R\$ 5 milhões Over BRL 1 million up to BRL 5 million	Mais de R\$ 5 milhões a R\$ 10 milhões Over BRL 5 million up to BRL 10 million	Mais de R\$ 10 milhões a R\$ 60 milhões Over BRL 10 million up to BRL 60 million	Mais de R\$ 60 milhões Over BRL 60 million	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	10	2	3	6	22	12
	Bem tombado Heritage site	6	0	1	1	9	11
	Biblioteca Library	0	0	0	0	19	25
	Cinema Cinema	14	4	3	2	18	4
	Museu Museum	3	1	1	0	9	12
	Ponto de cultura Culture point	4	2	2	1	3	5
	Teatro Theater	4	0	1	1	15	10

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B1 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE USARAM COMPUTADOR NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES THAT USED COMPUTERS IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	98	2	0	0
	Bem tombado Heritage site	67	33	0	0
	Biblioteca Library	69	31	0	0
	Cinema Cinema	98	2	0	0
	Museu Museum	81	19	0	0
	Ponto de cultura Culture point	92	8	0	0
	Teatro Theater	88	12	0	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B2 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR MOTIVOS PARA NÃO TEREM USADO COMPUTADOR NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY REASONS FOR NOT USING COMPUTERS IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Alto custo de aquisição ou manutenção High cost of acquisition or maintenance	Pouca habilidade da equipe Lack of skills among the team	Falta de necessidade Lack of need	Outros Other	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	1	1	0	1	98
	Bem tombado Heritage site	11	6	18	16	67
	Biblioteca Library	20	6	10	20	69
	Cinema Cinema	0	1	2	0	98
	Museu Museum	10	6	7	8	81
	Ponto de cultura Culture point	6	4	3	4	92
	Teatro Theater	6	1	5	6	88

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM COMPUTADOR PRÓPRIO

CULTURAL FACILITIES WITH COMPUTERS OWNED

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	97	2	0	-	2
	Bem tombado Heritage site	62	4	1	-	33
	Biblioteca Library	63	5	0	-	31
	Cinema Cinema	97	1	0	-	2
	Museu Museum	71	10	0	-	19
	Ponto de cultura Culture point	85	7	0	-	8
	Teatro Theater	78	10	0	-	12

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B3A EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE COMPUTADORES PRÓPRIOS
CULTURAL FACILITIES BY NUMBER OF COMPUTERS OWNEDTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		De 1 a 10 1 to 10	De 11 a 50 11 to 50	Mais de 50 More than 50	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	49	28	17	4	0	3
	Bem tombado Heritage site	50	8	2	1	0	38
	Biblioteca Library	55	7	1	1	0	37
	Cinema Cinema	61	26	6	2	1	3
	Museu Museum	57	11	2	0	0	29
	Ponto de cultura Culture point	59	20	4	2	0	15
	Teatro Theater	65	10	3	0	0	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

B3B EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE COMPUTADOR PRÓPRIO
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF COMPUTERS OWNEDTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Computador de mesa Desktop computers						
		Nenhum None	De 1 a 10 1 to 10	De 11 a 50 11 to 50	Mais de 50 More than 50	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	1	53	22	16	5	0	3
	Bem tombado Heritage site	5	48	5	2	1	0	38
	Biblioteca Library	0	55	7	1	1	0	37
	Cinema Cinema	1	63	25	5	3	1	3
	Museu Museum	2	60	7	1	1	0	29
	Ponto de cultura Culture point	4	62	13	3	3	0	15
	Teatro Theater	5	63	7	2	0	0	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B3B EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE COMPUTADOR PRÓPRIO

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF COMPUTERS OWNED

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Computador portátil Portable computers						
		Nenhum None	De 1 a 10 1 to 10	De 11 a 50 11 to 50	Mais de 50 More than 50	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	40	43	5	5	4	0	3
	Bem tombado Heritage site	21	38	0	2	1	0	38
	Biblioteca Library	56	7	0	0	0	0	37
	Cinema Cinema	39	53	3	1	2	0	3
	Museu Museum	33	38	0	0	0	0	29
	Ponto de cultura Culture point	17	62	3	1	3	0	15
	Teatro Theater	28	47	1	0	0	0	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONCLUSÃO / CONCLUSION

B3B EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE COMPUTADOR PRÓPRIO

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF COMPUTERS OWNED

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Tablets Tablets						
		Nenhum None	De 1 a 10 1 to 10	De 11 a 50 11 to 50	Mais de 50 More than 50	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	71	16	3	2	4	0	3
	Bem tombado Heritage site	52	7	0	1	1	0	38
	Biblioteca Library	62	0	0	0	0	0	37
	Cinema Cinema	82	12	1	1	2	0	3
	Museu Museum	61	9	1	0	0	0	29
	Ponto de cultura Culture point	70	12	0	0	2	0	15
	Teatro Theater	69	9	0	0	0	0	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B3C EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DISPONIBILIZAM COMPUTADORES PARA USO DO PÚBLICO
CULTURAL FACILITIES WITH COMPUTERS AVAILABLE FOR PUBLIC USETOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	52	44	0	0	3
	Bem tombado Heritage site	8	53	0	0	38
	Biblioteca Library	40	22	0	0	37
	Cinema Cinema	26	71	0	0	3
	Museu Museum	16	54	0	0	29
	Ponto de cultura Culture point	52	33	0	0	15
	Teatro Theater	12	66	0	0	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B4 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE SOFTWARE USADO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF SOFTWARE USED IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Por licença de uso Via licensed use	Por licença livre Via open source license	Desenvolvidos pela instituição Developed by the institution	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	62	50	40	3
	Bem tombado Heritage site	33	29	12	38
	Biblioteca Library	20	22	11	37
	Cinema Cinema	66	36	33	3
	Museu Museum	27	28	15	29
	Ponto de cultura Culture point	42	49	13	15
	Teatro Theater	42	30	21	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

B4A EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FINALIDADE DE USO DE SOFTWARE
CULTURAL FACILITIES BY PURPOSE OF SOFTWARE USETOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Gestão de contratos Contract management	Armazenamento de arquivos digitais Storage of digital archives	Catálogo de acervos Collection cataloguing	Criação e edição de conteúdos audiovisuais Creation and edition of audiovisual contents
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	26	60	63	30
	Bem tombado Heritage site	13	25	22	21
	Biblioteca Library	4	18	36	8
	Cinema Cinema	27	45	22	30
	Museu Museum	9	33	31	19
	Ponto de cultura Culture point	27	45	30	47
	Teatro Theater	22	32	17	25

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

B4A EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FINALIDADE DE USO DE SOFTWARE
CULTURAL FACILITIES BY PURPOSE OF SOFTWARE USETOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Produção de eventos Event production	Mapeamento de espaços e agentes culturais Mapping of cultural venues and agents	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	19	8	3
	Bem tombado Heritage site	15	12	38
	Biblioteca Library	9	8	37
	Cinema Cinema	25	16	3
	Museu Museum	15	11	29
	Ponto de cultura Culture point	36	27	15
	Teatro Theater	32	19	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B5 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE USARAM INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES THAT USED THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	98	2	0	0
	Bem tombado Heritage site	66	34	0	0
	Biblioteca Library	66	33	0	0
	Cinema Cinema	98	2	0	0
	Museu Museum	74	26	0	0
	Ponto de cultura Culture point	86	14	0	0
	Teatro Theater	83	17	0	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B6 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR MOTIVOS PARA NÃO TEREM USADO A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY REASONS FOR NOT USING THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Alto custo da conexão High cost of the connection	Falta de infraestrutura de acesso na região Lack of infrastructure for Internet access in the region	Pouca habilidade da equipe Lack of skills among the team	Falta de necessidade Lack of need	Preocupação com segurança ou privacidade Concern about security or privacy	Outros Other	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	0	0	0	0	0	2	98
	Bem tombado Heritage site	9	8	4	16	9	16	66
	Biblioteca Library	12	15	5	10	5	23	67
	Cinema Cinema	1	1	0	1	1	0	98
	Museu Museum	8	9	6	8	5	14	74
	Ponto de cultura Culture point	9	6	4	6	4	6	86
	Teatro Theater	5	5	1	7	2	8	83

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B7 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE CONEXÃO À INTERNET USADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF INTERNET CONNECTION USED IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Conexão discada Dial-up connection	Conexão via linha telefônica (DSL) Connection via telephone line (DSL)	Conexão via fibra ótica Fiber-optic connection	Conexão a cabo Cable connection	Conexão via rádio Radio connection	Conexão via satélite Satellite connection	Conexão via modem 3G ou 4G Connection via 3G or 4G modem	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	2	33	58	41	9	7	24	2
	Bem tombado Heritage site	6	35	17	29	13	8	25	34
	Biblioteca Library	3	19	26	28	11	10	18	34
	Cinema Cinema	4	48	58	51	10	35	42	2
	Museu Museum	4	32	31	32	10	9	21	26
	Ponto de cultura Culture point	4	38	34	38	17	9	37	14
	Teatro Theater	3	33	40	44	8	6	27	17

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B8 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FAIXA DE VELOCIDADE MÁXIMA PARA DOWNLOAD CONTRATADA
CULTURAL FACILITIES BY RANGE OF MAXIMUM DOWNLOAD SPEED OFFERED BY CONTRACTTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Até 256 Kbps Up to 256 Kbps	Acima de 256 Kbps a 1 Mbps Over 256 Kbps up to 1 Mbps	Acima de 1 Mbps a 5 Mbps Over 1 Mbps up to 5 Mbps	Acima de 5 Mbps a 10 Mbps Over 5 Mbps up to 10 Mbps	Acima de 10 Mbps a 50 Mbps Over 10 Mbps up to 50 Mbps	Acima de 50 Mbps Over 50 Mbps	Não sabe / Não respondeu Does not know / Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	2	4	9	11	15	18	30	10
	Bem tombado Heritage site	5	5	13	14	11	3	14	35
	Biblioteca Library	4	7	16	10	6	3	18	37
	Cinema Cinema	3	2	9	24	30	19	11	3
	Museu Museum	5	5	17	10	8	6	19	28
	Ponto de cultura Culture point	3	6	24	17	15	9	10	17
	Teatro Theater	4	4	10	15	18	9	20	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B9 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM WIFI
CULTURAL FACILITIES WITH A WI-FI NETWORKTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	72	26	0	0	2
	Bem tombado Heritage site	56	10	0	0	34
	Biblioteca Library	46	20	0	0	34
	Cinema Cinema	81	16	0	0	2
	Museu Museum	51	23	0	0	26
	Ponto de cultura Culture point	73	13	0	0	14
	Teatro Theater	64	19	1	0	17

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B10 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DISPONIBILIZAM WIFI PARA O PÚBLICO
CULTURAL FACILITIES WITH A WI-FI NETWORK AVAILABLE TO THE PUBLICTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	45	27	0	0	28
	Bem tombado Heritage site	21	34	1	0	44
	Biblioteca Library	38	8	0	0	54
	Cinema Cinema	29	51	1	0	19
	Museu Museum	32	18	0	0	49
	Ponto de cultura Culture point	48	25	0	0	27
	Teatro Theater	38	26	0	0	36

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

B11 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE USARAM CELULAR PARA FINS DE TRABALHO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES THAT USED MOBILE PHONES FOR WORK PURPOSES IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	59	40	1	0
	Bem tombado Heritage site	59	39	1	0
	Biblioteca Library	37	63	1	0
	Cinema Cinema	77	22	1	0
	Museu Museum	53	47	0	0
	Ponto de cultura Culture point	83	17	0	0
	Teatro Theater	63	37	0	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Divulgar ações e projetos da instituição Publicizing actions and projects of the institution							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	57	20	10	9	0	0	0	3
	Bem tombado Heritage site	36	14	9	4	0	0	0	37
	Biblioteca Library	23	17	11	11	0	0	0	38
	Cinema Cinema	65	24	5	4	0	0	0	2
	Museu Museum	42	19	8	2	0	0	0	28
	Ponto de cultura Culture point	62	17	6	1	0	0	0	15
	Teatro Theater	51	19	7	3	1	0	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Tornar a instituição mais conhecida Making the institution better known							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
Arquivo Archive		58	21	10	7	0	0	0	3
Bem tombado Heritage site		34	15	9	6	0	0	0	37
Biblioteca Library		25	18	9	9	0	0	0	38
Cinema Cinema		67	26	2	2	0	0	0	2
Museu Museum		43	19	8	2	0	0	0	28
Ponto de cultura Culture point		56	22	6	1	0	0	0	15
Teatro Theater		52	19	6	3	0	0	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Melhorar o atendimento ao público Improving service to the public							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
Arquivo Archive		57	28	7	6	0	0	0	3
Bem tombado Heritage site		27	21	9	7	0	0	0	37
Biblioteca Library		29	20	8	4	0	0	0	38
Cinema Cinema		61	28	6	3	0	0	0	2
Museu Museum		31	23	13	5	1	0	0	28
Ponto de cultura Culture point		46	26	10	3	0	0	0	15
Teatro Theater		44	25	7	3	0	0	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY		Melhorar a comunicação interna Improving internal communication							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
Arquivo Archive	Arquivo Archive	63	25	8	2	0	0	0	3
	Bem tombado Heritage site	30	20	8	4	0	0	0	37
	Biblioteca Library	21	24	9	7	0	0	0	38
	Cinema Cinema	53	30	9	5	0	0	0	2
	Museu Museum	33	25	8	5	1	0	0	28
	Ponto de cultura Culture point	50	24	8	2	0	0	0	15
	Teatro Theater	41	23	9	6	0	0	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY		Aumentar a agilidade e a eficiência do trabalho Increasing work efficiency and agility							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
Arquivo Archive	Arquivo Archive	64	23	7	3	0	0	0	3
	Bem tombado Heritage site	31	24	5	3	0	0	0	37
	Biblioteca Library	26	21	11	4	0	0	0	38
	Cinema Cinema	64	30	3	1	0	0	0	2
	Museu Museum	38	23	7	3	0	0	0	28
	Ponto de cultura Culture point	56	23	6	0	0	0	0	15
	Teatro Theater	47	24	7	1	0	0	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Capacitar a equipe Training the team							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
Arquivo Archive		45	28	15	10	0	0	0	3
Bem tombado Heritage site		19	22	13	8	1	0	0	37
Biblioteca Library		16	15	13	18	0	0	0	38
Cinema Cinema		42	27	17	11	0	0	0	2
Museu Museum		22	22	17	10	0	0	0	28
Ponto de cultura Culture point		36	28	14	6	0	0	0	15
Teatro Theater		27	23	16	13	0	0	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Ajudar a reduzir despesas Helping reduce expenses							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
Arquivo Archive		39	24	13	17	0	4	1	3
Bem tombado Heritage site		18	19	14	12	0	0	1	37
Biblioteca Library		11	17	12	19	1	1	1	38
Cinema Cinema		40	30	14	12	0	2	0	2
Museu Museum		20	17	14	20	1	1	0	28
Ponto de cultura Culture point		30	24	17	12	0	1	1	15
Teatro Theater		25	25	14	16	0	0	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY		Aumentar a captação de recursos Increasing fundraising							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
Arquivo Archive	Arquivo Archive	18	20	18	37	2	2	0	3
	Bem tombado Heritage site	14	11	18	18	1	1	0	37
	Biblioteca Library	8	15	12	25	1	0	1	38
	Cinema Cinema	31	25	12	24	1	3	0	2
	Museu Museum	15	13	17	25	1	1	0	28
	Ponto de cultura Culture point	33	26	15	9	1	0	0	15
	Teatro Theater	17	18	15	26	4	1	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY		Ampliar o acesso às atividades e acervos da instituição pela Internet Increasing online access to activities and collections of the institution							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
Arquivo Archive	Arquivo Archive	49	19	16	12	1	0	0	3
	Bem tombado Heritage site	19	20	13	10	1	0	0	37
	Biblioteca Library	18	18	12	13	1	0	0	38
	Cinema Cinema	39	31	11	16	0	0	0	2
	Museu Museum	22	23	17	8	1	0	0	28
	Ponto de cultura Culture point	37	23	17	7	0	0	0	15
	Teatro Theater	31	21	13	15	1	0	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

B12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR GRAU DE CONTRIBUIÇÃO QUE O USO DE COMPUTADOR E INTERNET PROPORCIONOU NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY LEVEL OF CONTRIBUTION PROVIDED BY THE USE OF COMPUTERS AND THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Ampliar o público das atividades realizadas no local Increasing the public of on-site activities							
		Contribuiu muito Contributed a lot	Contribuiu Contributed	Contribuiu pouco Contributed a little	Não contribuiu em nada Did not contribute	Isso não ocorreu na instituição This did not happen in the institution	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
Arquivo Archive		45	27	12	10	2	1	0	3
Bem tombado Heritage site		26	16	11	10	0	0	0	37
Biblioteca Library		23	22	12	5	0	0	0	38
Cinema Cinema		57	31	7	2	0	0	0	2
Museu Museum		33	24	12	3	1	0	0	28
Ponto de cultura Culture point		47	25	10	3	0	0	0	15
Teatro Theater		46	24	8	2	0	0	0	20

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

C1 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ATIVIDADE REALIZADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ACTIVITY CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Enviar e receber e-mail Sending and receiving e-mails	Usar mensagens instantâneas Using instant messaging	Usar telefone via Internet / VoIP / videoconferência via Internet Using the telephone via Internet / VoIP / videoconference via Internet	Recrutar pessoal interno ou externo Recruiting internal or external staff
		Arquivo Archive		97	53
Bem tombado Heritage site		63	45	23	21
Biblioteca Library		57	30	10	10
Cinema Cinema		96	68	43	49
Museu Museum		71	45	19	28
Ponto de cultura Culture point		85	68	42	44
Teatro Theater		76	55	31	32

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

C1 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ATIVIDADE REALIZADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ACTIVITY CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Treinar e educar pessoas que trabalham na instituição <i>Training and qualifying people working in the institution</i>	Oferecer serviços, informações ou assistência ao público <i>Offering services, information or assistance to the public</i>	Buscar informações sobre produtos ou serviços <i>Searching for information on products or services</i>	Vender produtos ou serviços <i>Selling products or services</i>
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo <i>Archive</i>	62	81	81	8
	Bem tombado <i>Heritage site</i>	30	48	57	10
	Biblioteca <i>Library</i>	25	51	43	2
	Cinema <i>Cinema</i>	54	79	84	57
	Museu <i>Museum</i>	32	55	61	8
	Ponto de cultura <i>Culture point</i>	51	71	80	30
	Teatro <i>Theater</i>	38	63	67	25

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C1 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ATIVIDADE REALIZADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ACTIVITY CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Buscar informações sobre organizações governamentais <i>Searching for information on government organizations</i>	Interagir com organizações governamentais <i>Interacting with government organizations</i>	Interagir com instituições estrangeiras para intercâmbio <i>Interacting with foreign institutions for exchange</i>	Não se aplica <i>Does not apply</i>
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo <i>Archive</i>	84	37	31	2
	Bem tombado <i>Heritage site</i>	45	30	17	34
	Biblioteca <i>Library</i>	42	11	5	34
	Cinema <i>Cinema</i>	51	45	13	2
	Museu <i>Museum</i>	57	25	18	26
	Ponto de cultura <i>Culture point</i>	79	58	32	14
	Teatro <i>Theater</i>	56	33	16	17

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C2 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE SERVIÇO DE GOVERNO ELETRÔNICO USADO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ELECTRONIC GOVERNMENT SERVICE USED IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Buscar informações sobre editais para captar recursos governamentais Searching for information on calls for proposals to collect government resources	Participar de editais para captar recursos governamentais Participating in calls for proposals to collect government resource	Prestar contas com o governo Rendering accounts to the government	Buscar informações sobre conferências e audiências públicas Searching for information on public conferences and meetings	Inscriver a instituição em conferências e audiências públicas Registering the institution for public conferences and meetings
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	53	41	37	48	36
	Bem tombado Heritage site	33	22	25	25	19
	Biblioteca Library	29	21	8	20	14
	Cinema Cinema	26	18	34	30	18
	Museu Museum	48	34	22	31	29
	Ponto de cultura Culture point	76	70	55	56	48
	Teatro Theater	41	33	25	29	17

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C2 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE SERVIÇO DE GOVERNO ELETRÔNICO USADO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ELECTRONIC GOVERNMENT SERVICE USED IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Buscar informações ou obter licenças e permissões Searching for information or obtaining licenses and permits	Buscar informações sobre impostos Searching for information on taxes	Fazer pagamentos on-line de impostos e taxas Paying taxes and fees online	Emitir certidões negativas de débito Issuing clearance certificates	Cadastrar a instituição em sistemas de informação ou mapeamento cultural Registering the institution in cultural mapping or information systems	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	24	29	20	26	42	2
	Bem tombado Heritage site	26	27	23	25	29	34
	Biblioteca Library	11	9	4	5	26	34
	Cinema Cinema	54	53	42	37	33	2
	Museu Museum	27	13	10	16	46	26
	Ponto de cultura Culture point	53	59	45	71	60	14
	Teatro Theater	37	29	22	31	41	17

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM WEBSITE PRÓPRIO
CULTURAL FACILITIES WITH A WEBSITETOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	56	41	0	0	2
	Bem tombado Heritage site	27	39	1	0	34
	Biblioteca Library	3	61	2	0	34
	Cinema Cinema	71	25	1	0	2
	Museu Museum	26	45	2	0	26
	Ponto de cultura Culture point	45	38	2	1	14
	Teatro Theater	28	53	1	1	17

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C4A EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE ESTÃO PRESENTES EM WEBSITE DE TERCEIROS
CULTURAL FACILITIES WITH PRESENCE ON THIRD-PARTY WEBSITESTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	19	20	2	1	58
	Bem tombado Heritage site	20	18	2	0	61
	Biblioteca Library	19	44	0	1	37
	Cinema Cinema	18	8	0	0	73
	Museu Museum	30	17	0	1	52
	Ponto de cultura Culture point	20	21	1	0	58
	Teatro Theater	33	21	1	0	45

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C5 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR RECURSOS OFERECIDOS NO WEBSITE

CULTURAL FACILITIES BY RESOURCES OFFERED ON THE WEBSITE

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Programação das atividades Cultural programming	Informação sobre as atividades da instituição Information on the activities of the institution	Divulgação de notícias sobre a instituição Dissemination of news about the institution	Publicações e estudos Publications and studies	Catálogos do acervo Collection catalogues	Lista de produtos ou serviços vendidos ou oferecidos gratuitamente pela instituição List of products or services sold or offered for free by the institution	Informações e balanços sobre prestações de contas Information and statements on the rendering of accounts of the institution
	Arquivo Archive		57	63	65	42	42	38
Bem tombado Heritage site		31	35	39	17	13	14	7
Biblioteca Library		14	15	15	6	6	8	3
Cinema Cinema		75	69	68	17	25	41	12
Museu Museum		39	46	45	22	16	22	7
Ponto de cultura Culture point		51	56	59	30	18	34	30
Teatro Theater		53	52	53	17	10	33	14

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C5 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR RECURSOS OFERECIDOS NO WEBSITE

CULTURAL FACILITIES BY RESOURCES OFFERED ON THE WEBSITE

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Informações sobre vagas de trabalho na instituição Information on open job positions in the institution	Formulário de inscrição em cursos e formações Subscription form for courses and learning programs	Ferramenta de transmissão de vídeos ao vivo/streaming Tool for live video streaming	Visita virtual Virtual visit	Canal de busca Search engine	Recursos de acessibilidade digital Digital accessibility resources	Canal para inscrição em editais ou envio de propostas Channel to subscribe for grants or submit proposals
	Arquivo Archive		24	33	19	9	46	20
Bem tombado Heritage site		4	17	11	9	20	7	11
Biblioteca Library		2	8	2	3	7	5	4
Cinema Cinema		33	16	18	20	47	33	20
Museu Museum		9	20	5	10	23	9	12
Ponto de cultura Culture point		19	29	19	17	32	14	30
Teatro Theater		15	28	14	12	29	14	28

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C6 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM PERFIL EM PLATAFORMA OU REDE SOCIAL ON-LINE

CULTURAL FACILITIES WITH A PROFILE ON AN ONLINE PLATFORM OR SOCIAL NETWORKING WEBSITE

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

		Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive		54	46
	Bem tombado Heritage site		42	58
	Biblioteca Library		28	72
	Cinema Cinema		83	17
	Museu Museum		48	52
	Ponto de cultura Culture point		79	21
	Teatro Theater		54	46

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C6A EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE PLATAFORMA OU REDE SOCIAL ON-LINE EM QUE ESTÃO PRESENTES

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ONLINE PLATFORM OR SOCIAL NETWORKING WEBSITE ON WHICH THEY ARE PRESENT

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

		Facebook ou YahooProfile	YouTube ou Vimeo	Flickr ou Instagram	Wordpress ou Blogspot	Twitter Twitter	WhatsApp ou Telegram	Outros Other	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	49	21	17	8	17	14	3	2
	Bem tombado Heritage site	38	12	14	5	6	19	0	34
	Biblioteca Library	26	3	4	3	2	6	0	34
	Cinema Cinema	79	22	47	10	24	31	4	2
	Museu Museum	45	11	16	6	7	12	1	26
	Ponto de cultura Culture point	75	44	32	21	18	41	2	14
	Teatro Theater	51	15	25	7	11	15	1	17

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C8 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ATIVIDADE REALIZADA EM PLATAFORMAS OU REDES SOCIAIS ON-LINE NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ACTIVITY CARRIED OUT ON ONLINE PLATFORMS OR SOCIAL NETWORKING WEBSITES IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Divulgar programação Publicizing cultural programming	Divulgar acervo, projetos ou serviços Publicizing collections, projects or services	Postar notícias sobre a instituição Posting news about the institution	Postar notícias sobre temas relacionados à área de atuação da instituição Posting news about themes related to the institution's area of expertise	Divulgar ações e campanhas de outras instituições Publicizing actions and campaigns of other institutions
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	49	49	53	52	27
	Bem tombado Heritage site	38	28	35	34	16
	Biblioteca Library	24	22	22	21	9
	Cinema Cinema	78	59	70	71	27
	Museu Museum	43	40	44	43	25
	Ponto de cultura Culture point	75	67	76	71	51
	Teatro Theater	52	45	47	46	27

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C8 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ATIVIDADE REALIZADA EM PLATAFORMAS OU REDES SOCIAIS ON-LINE NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF ACTIVITY CARRIED OUT ON ONLINE PLATFORMS OR SOCIAL NETWORKING WEBSITES IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Responder a comentários e dúvidas Replying to comments and questions	Vender produtos e serviços Selling products and services	Captar recursos Raising funds	Postar informações para prestação de contas Posting information for the rendering of accounts of the institution	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	50	8	20	28	46
	Bem tombado Heritage site	35	6	13	11	58
	Biblioteca Library	20	3	8	5	72
	Cinema Cinema	75	50	23	28	17
	Museu Museum	41	7	18	14	52
	Ponto de cultura Culture point	67	31	54	56	21
	Teatro Theater	46	24	18	21	46

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

C11 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR ATIVIDADES REALIZADAS PELA INSTITUIÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY ACTIVITIES CARRIED OUT BY THE INSTITUTIONTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Produção de conteúdos audiovisuais Audiovisual content production	Exibição de filmes Film screenings	Produção ou exibição de peças ou espetáculos Production or presentation of plays or performances	Produção ou exibição de shows ou apresentações musicais Production or presentation of musical concerts	Produção ou realização de exposições Exhibit production or exhibitions
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	32	28	11	17	63
	Bem tombado Heritage site	23	21	27	41	57
	Biblioteca Library	19	28	22	21	39
	Cinema Cinema	42	98	27	31	24
	Museu Museum	37	40	30	34	84
	Ponto de cultura Culture point	64	61	66	68	67
	Teatro Theater	45	58	94	90	56

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C11 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR ATIVIDADES REALIZADAS PELA INSTITUIÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY ACTIVITIES CARRIED OUT BY THE INSTITUTIONTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Realização de feiras de arte, artesanato ou antiguidades Arts, crafts and antiques fairs	Realização de festas, festivais ou eventos públicos Parties, festivals or public events	Realização de seminários, palestras, debates ou encontros Seminars, lectures, discussions or meetings	Realização de atividades de promoção da leitura Activities for reading promotion	Realização de oficinas ou atividades de formação Workshops or learning programs
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	15	39	69	30	52
	Bem tombado Heritage site	28	66	67	33	56
	Biblioteca Library	19	34	40	77	39
	Cinema Cinema	12	39	52	25	26
	Museu Museum	35	55	68	42	61
	Ponto de cultura Culture point	51	89	87	68	93
	Teatro Theater	32	83	91	48	76

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C12 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR MODALIDADE DE OFICINAS OU ATIVIDADES DE FORMAÇÃO OFERECIDAS AO PÚBLICO

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF WORKSHOPS OR LEARNING PROGRAMS OFFERED TO THE PUBLIC

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS

TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

	Percentual (%) Percentage (%)	Presencial In person	A distância E-learning	Ambas Both	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	39	0	12	0	0	48
	Bem tombado Heritage site	50	0	6	0	0	44
	Biblioteca Library	33	1	5	0	0	61
	Cinema Cinema	19	0	7	0	0	74
	Museu Museum	55	0	5	0	1	39
	Ponto de cultura Culture point	80	1	12	0	0	7
	Teatro Theater	68	0	8	0	0	24

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C13 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE OFERECEM APLICATIVO PARA CELULAR OU TABLET

CULTURAL FACILITIES THAT OFFER A MOBILE PHONE OR TABLET APPLICATION

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS

TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

	Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	10	86	2	0	2
	Bem tombado Heritage site	5	59	2	0	34
	Biblioteca Library	2	64	1	0	34
	Cinema Cinema	30	67	1	0	2
	Museu Museum	3	70	1	0	26
	Ponto de cultura Culture point	4	81	1	0	14
	Teatro Theater	5	78	0	0	17

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C14 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE EXIGEM COMPRA OU RETIRADA DE INGRESSOS PARA ACESSO AOS SERVIÇOS

CULTURAL FACILITIES THAT REQUIRE PURCHASE OR PICK UP OF TICKETS FOR ACCESS TO THE SERVICES

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	3	95	0	1
	Bem tombado Heritage site	15	85	0	0
	Biblioteca Library	1	99	0	0
	Cinema Cinema	84	15	0	0
	Museu Museum	12	88	0	0
	Ponto de cultura Culture point	12	88	0	0
	Teatro Theater	62	35	0	2

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C15A EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE OFERECEM VENDA OU RESERVA DE INGRESSOS PELA INTERNET

CULTURAL FACILITIES THAT OFFER ONLINE TICKET SALES OR BOOKING

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	0	3	0	0	97
	Bem tombado Heritage site	2	13	0	0	85
	Biblioteca Library	0	1	0	0	99
	Cinema Cinema	28	54	2	0	16
	Museu Museum	3	9	0	0	88
	Ponto de cultura Culture point	3	8	0	0	88
	Teatro Theater	24	36	1	0	38

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

C15B EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE PLATAFORMA EM QUE OFERECEM VENDA OU RESERVA DE INGRESSOS PELA INTERNET

CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF PLATFORM USED FOR ONLINE TICKET SALES OR BOOKING

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		No website da instituição On the institution's website	No aplicativo da instituição On the institution's application	Em websites de terceiros On third-parties' websites	Em aplicativos de terceiros On third-parties' applications	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	0	0	0	0	100
	Bem tombado Heritage site	1	0	0	0	98
	Biblioteca Library	0	0	0	0	100
	Cinema Cinema	18	10	18	18	72
	Museu Museum	1	0	2	2	97
	Ponto de cultura Culture point	1	0	1	1	97
	Teatro Theater	4	1	19	16	76

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

D1 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM ACERVO

CULTURAL FACILITIES WITH COLLECTIONS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	99	1
	Bem tombado Heritage site	96	4
	Biblioteca Library	98	2
	Cinema Cinema	64	36
	Museu Museum	99	1
	Ponto de cultura Culture point	96	4
	Teatro Theater	71	29

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

D1A EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ACERVO
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF COLLECTIONTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Livros, revistas ou jornais Books, magazines or newspapers	Manuscritos ou documentos originais Manuscripts or original documents	Documentos oficiais históricos ou registros arquivísticos Official historic documents or archive records	Desenhos, pinturas ou gravuras Drawings, paintings or engravings	Fotografias, cartazes, mapas ou partituras Photographs, posters, maps or sheet music	Esculturas ou instalações Sculptures or installations	Móveis, objetos artesanais, roupas, moedas ou objetos de uso diário Furniture, craft objects, clothes, coins or daily-use objects
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	86	89	93	47	83	21	37
	Bem tombado Heritage site	53	53	61	64	56	65	65
	Biblioteca Library	95	35	35	30	49	8	19
	Cinema Cinema	20	18	18	13	40	11	20
	Museu Museum	72	64	65	62	79	51	70
	Ponto de cultura Culture point	71	52	51	37	70	24	52
	Teatro Theater	33	29	33	28	46	20	31

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D1A EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ACERVO
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF COLLECTIONTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Objetos arqueológicos Archaeological objects	Monumentos, prédios, terrenos ou sítios arqueológicos Monuments, buildings, land or archaeological sites	Espécimes naturais vivos ou inertes Living or non-living natural specimens	Filmes ou gravações de vídeo Films or video recordings	Músicas ou outras gravações de áudio Songs or audio recordings	Recursos interativos digitais, como desenhos tridimensionais, sites ou software Digital interactive resources, such as three-dimensional drawings, websites or software
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	9	14	3	61	47	21
	Bem tombado Heritage site	34	40	9	27	20	7
	Biblioteca Library	7	10	6	45	32	6
	Cinema Cinema	2	5	3	40	19	20
	Museu Museum	36	27	25	50	38	14
	Ponto de cultura Culture point	8	12	7	72	57	15
	Teatro Theater	3	9	3	33	27	5

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

D2 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DIGITALIZAM ACERVO
CULTURAL FACILITIES THAT DIGITIZE COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	77	23
	Bem tombado Heritage site	55	45
	Biblioteca Library	31	69
	Cinema Cinema	33	67
	Museu Museum	61	39
	Ponto de cultura Culture point	61	39
	Teatro Theater	31	69

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

D2A EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Livros, revistas ou jornais Books, magazines or newspapers	Manuscritos ou originais Manuscripts or original works	Documentos oficiais históricos ou registros arquivísticos Official historic documents or archive records	Desenhos, pinturas ou gravuras Drawings, paintings or engravings	Fotografias, cartazes, mapas ou partituras Photographs, posters, maps or sheet music	Esculturas ou instalações Sculptures or installations
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	39	62	64	22	52	4
	Bem tombado Heritage site	15	25	29	16	22	22
	Biblioteca Library	25	8	7	3	7	1
	Cinema Cinema	6	9	6	4	14	4
	Museu Museum	23	29	30	21	40	17
	Ponto de cultura Culture point	21	22	24	10	38	4
	Teatro Theater	8	11	12	5	16	3

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D2A EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR TIPO DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY TYPE OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Móveis, objetos artesanais, roupas, moedas ou objetos de uso diário Furniture, craft objects, clothes, coins or daily-use objects	Objetos arqueológicos Archaeological objects	Monumentos, prédios, terrenos ou sítios arqueológicos Monuments, buildings, land or archaeological sites	Espécimes naturais vivos ou inertes Living or non-living natural specimens	Filmes ou gravações de vídeo Films or video recordings	Músicas ou outras gravações de áudio Songs or audio recordings
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	7	3	4	2	30	22
	Bem tombado Heritage site	20	10	10	3	13	6
	Biblioteca Library	2	1	1	2	5	3
	Cinema Cinema	5	1	2	1	21	9
	Museu Museum	25	12	7	9	20	16
	Ponto de cultura Culture point	11	2	2	1	39	31
	Teatro Theater	6	0	2	1	13	10

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Livros, revistas ou jornais Books, magazines or newspapers					Não se aplica Does not apply
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	1	8	29	1	0	61
	Bem tombado Heritage site	1	1	12	0	0	85
	Biblioteca Library	6	8	10	0	0	75
	Cinema Cinema	1	2	3	0	0	94
	Museu Museum	3	7	13	0	0	77
	Ponto de cultura Culture point	4	4	13	0	0	79
	Teatro Theater	1	1	6	0	0	92

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Manuscritos ou originais Manuscripts or original documents					Não se aplica Does not apply
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	
Arquivo Archive		4	14	43	1	0	38
Bem tombado Heritage site		2	4	18	0	0	75
Biblioteca Library		2	2	5	0	0	92
Cinema Cinema		2	5	1	0	0	91
Museu Museum		3	9	16	0	1	71
Ponto de cultura Culture point		3	7	10	1	0	78
Teatro Theater		1	4	6	0	0	89

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Documentos oficiais históricos ou registros arquivísticos Official historic documents or archive records					Não se aplica Does not apply
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	
Arquivo Archive		3	12	48	1	0	36
Bem tombado Heritage site		3	5	19	3	0	71
Biblioteca Library		1	2	4	0	0	93
Cinema Cinema		2	3	2	0	0	94
Museu Museum		3	10	16	0	0	70
Ponto de cultura Culture point		3	7	12	1	0	76
Teatro Theater		1	4	6	1	0	88

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Desenhos, pinturas ou gravuras Drawings, paintings or engravings					
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	2	8	13	0	0	78
	Bem tombado Heritage site	4	2	9	1	0	84
	Biblioteca Library	1	0	2	0	0	97
	Cinema Cinema	0	2	2	0	0	96
	Museu Museum	4	6	11	0	0	79
	Ponto de cultura Culture point	2	2	6	0	0	90
	Teatro Theater	1	2	2	0	0	95

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Fotografias, cartazes, mapas ou partituras Photographs, posters, maps or sheet music					
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	5	19	27	2	0	48
	Bem tombado Heritage site	3	3	16	0	0	78
	Biblioteca Library	1	2	4	0	0	93
	Cinema Cinema	3	5	5	1	0	86
	Museu Museum	5	14	19	1	1	60
	Ponto de cultura Culture point	4	14	19	1	0	62
	Teatro Theater	3	5	8	0	0	84

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Esculturas ou instalações Sculptures or installations					Não se aplica Does not apply
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	
Arquivo Archive		0	1	2	0	0	96
Bem tombado Heritage site		4	4	12	1	0	78
Biblioteca Library		0	0	0	0	0	99
Cinema Cinema		1	1	2	0	0	96
Museu Museum		4	6	7	0	0	83
Ponto de cultura Culture point		1	1	2	0	0	96
Teatro Theater		1	1	1	0	0	97

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Móveis, objetos artesanais, roupas, moedas ou objetos de uso diário Furniture, craft objects, clothes, coins or daily-use objects					Não se aplica Does not apply
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	
Arquivo Archive		0	2	4	0	0	93
Bem tombado Heritage site		4	5	11	0	0	80
Biblioteca Library		1	0	1	0	0	98
Cinema Cinema		1	3	2	0	0	95
Museu Museum		5	9	11	0	0	75
Ponto de cultura Culture point		1	3	6	1	0	89
Teatro Theater		1	1	3	0	0	94

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY		Objetos arqueológicos Archaeological objects					
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
	Arquivo Archive	1	0	2	0	1	97
	Bem tombado Heritage site	2	2	5	1	0	90
	Biblioteca Library	0	0	1	0	0	99
	Cinema Cinema	0	0	0	0	0	99
	Museu Museum	2	4	6	0	0	88
	Ponto de cultura Culture point	1	1	1	0	0	98
	Teatro Theater	0	0	0	0	0	100

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY		Monumentos, prédios, terrenos ou sítios arqueológicos Monuments, buildings, land or archaeological sites					
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
	Arquivo Archive	0	1	2	0	-	96
	Bem tombado Heritage site	1	2	6	1	-	90
	Biblioteca Library	0	1	1	0	-	99
	Cinema Cinema	0	0	1	0	-	98
	Museu Museum	1	3	3	0	-	93
	Ponto de cultura Culture point	1	1	0	0	-	98
	Teatro Theater	0	0	1	0	-	98

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Espécimes naturais vivos ou inertes Living or non-living natural specimens					Não se aplica Does not apply
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	
Arquivo Archive		0	0	1	0	0	98
Bem tombado Heritage site		1	0	1	1	0	97
Biblioteca Library		1	0	1	0	0	98
Cinema Cinema		0	0	0	0	0	99
Museu Museum		0	3	5	0	0	91
Ponto de cultura Culture point		0	0	0	0	0	99
Teatro Theater		0	0	1	0	0	99

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Filmes ou gravações de vídeo Films or video recordings					Não se aplica Does not apply
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	
Arquivo Archive		5	9	15	0	1	70
Bem tombado Heritage site		2	2	9	0	0	87
Biblioteca Library		2	1	2	0	0	95
Cinema Cinema		11	5	4	0	0	79
Museu Museum		5	5	8	0	0	80
Ponto de cultura Culture point		8	11	19	1	0	61
Teatro Theater		3	3	7	0	0	87

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR QUANTIDADE DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY AMOUNT OF DIGITIZED COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY		Músicas ou outras gravações de áudio Songs or audio recordings					
		Todo o acervo The entire collection	Mais da metade More than half	Menos da metade Less than half	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	4	6	11	1	0	78
	Bem tombado Heritage site	0	1	5	0	0	94
	Biblioteca Library	1	1	2	0	0	97
	Cinema Cinema	2	4	3	1	0	91
	Museu Museum	4	4	7	0	1	84
	Ponto de cultura Culture point	8	10	13	1	0	69
	Teatro Theater	2	3	5	1	0	90

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

D4 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DISPONIBILIZAM ACERVO DIGITALIZADO PARA O PÚBLICO
CULTURAL FACILITIES WITH DIGITIZED COLLECTIONS AVAILABLE TO THE PUBLICTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY		Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
		Arquivo Archive	65	13	0	0	22
Bem tombado Heritage site	21	33	0	1	45		
Biblioteca Library	22	12	0	1	66		
Cinema Cinema	19	22	0	0	60		
Museu Museum	40	23	0	0	36		
Ponto de cultura Culture point	49	15	1	0	36		
Teatro Theater	17	17	0	0	67		

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

D5 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR FORMA DE DISPONIBILIZAÇÃO DE ACERVO DIGITALIZADO
CULTURAL FACILITIES BY HOW DIGITIZED COLLECTIONS ARE MADE AVAILABLETOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		No local onde funciona a instituição At the place where the institution operates	No website da instituição On the institution's website	Em websites de outras instituições On other institutions' websites	No aplicativo da instituição On the institution's application	Nas plataformas ou redes sociais em que a instituição está presente On online platforms or social networking websites where the institution is present
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	60	35	14	4	16
	Bem tombado Heritage site	17	5	6	2	4
	Biblioteca Library	17	1	4	0	4
	Cinema Cinema	16	8	3	2	10
	Museu Museum	34	10	9	1	14
	Ponto de cultura Culture point	41	16	13	2	27
	Teatro Theater	13	3	3	1	6

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

D6 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR DIFICULDADES DE DIGITALIZAÇÃO DO ACERVO
CULTURAL FACILITIES BY DIFFICULTIES WITH DIGITIZING COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Falta de financiamento Lack of funding	Falta de equipe qualificada Lack of a qualified team	Baixa demanda pela digitalização dos materiais Low demand for the digitization of materials	É difícil garantir a preservação do material digitalizado It is difficult to ensure the preservation of the digitized material	Não é parte da missão da instituição It is not part of the institution's mission
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	81	56	19	51	22
	Bem tombado Heritage site	75	68	44	41	32
	Biblioteca Library	75	69	58	42	40
	Cinema Cinema	25	24	28	19	23
	Museu Museum	75	72	42	42	31
	Ponto de cultura Culture point	82	73	49	52	38
	Teatro Theater	49	43	37	29	28

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D6 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR DIFICULDADES DE DIGITALIZAÇÃO DO ACERVO
CULTURAL FACILITIES BY DIFFICULTIES WITH DIGITIZING COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Outras instituições que detêm cópias dos materiais cuidam da digitalização Other institutions that have copies of the materials handle their digitization	Direitos autorais restringem a digitalização Copyrights restrict digitization	A digitalização dos materiais é proibida por lei e/ou contrato Digitization is not allowed by law and/or contract conditions	Outros Other
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	13	14	8	12
	Bem tombado Heritage site	28	17	10	4
	Biblioteca Library	21	33	18	6
	Cinema Cinema	14	22	15	3
	Museu Museum	19	19	10	7
	Ponto de cultura Culture point	15	27	12	4
	Teatro Theater	18	19	10	5

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

D7 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL DIFICULDADE DE DIGITALIZAÇÃO DO ACERVO
CULTURAL FACILITIES BY MAIN DIFFICULTY WITH DIGITIZING COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Falta de financiamento Lack of funding	Falta de equipe qualificada Lack of a qualified team	Baixa demanda pela digitalização dos materiais Low demand for the digitization of materials	É difícil garantir a preservação do material digitalizado It is difficult to ensure the preservation of the digitized material	Não é parte da missão da instituição It is not part of the institution's mission
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	56	14	4	5	4
	Bem tombado Heritage site	51	17	4	1	9
	Biblioteca Library	39	27	7	4	4
	Cinema Cinema	9	7	9	1	8
	Museu Museum	48	24	4	2	5
	Ponto de cultura Culture point	52	19	7	2	6
	Teatro Theater	24	13	9	2	7

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D7 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL DIFICULDADE DE DIGITALIZAÇÃO DO ACERVO
CULTURAL FACILITIES BY MAIN DIFFICULTY WITH DIGITIZING COLLECTIONSTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Outras instituições que detêm cópias dos materiais cuidam da digitalização Other institutions that have copies of the materials handle their digitization	Direitos autorais restringem a digitalização Copyrights restrict digitization	A digitalização dos materiais é proibida por lei e/ou contrato Digitization is not allowed by law and/or contract conditions	Outros Other	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
	Arquivo Archive		1	1	0	10	0	2
Bem tombado Heritage site		2	1	0	3	1	2	8
Biblioteca Library		2	1	1	5	1	3	7
Cinema Cinema		4	6	5	3	1	1	47
Museu Museum		1	2	0	5	0	1	6
Ponto de cultura Culture point		0	1	0	2	1	2	8
Teatro Theater		4	2	1	4	0	2	32

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

D8 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE DISPONIBILIZAM CATÁLOGO DO ACERVO NA INTERNET
CULTURAL FACILITIES WITH COLLECTION CATALOGUES AVAILABLE ONLINETOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
	Arquivo Archive		38	59	0	1
Bem tombado Heritage site		10	83	2	0	4
Biblioteca Library		12	85	0	0	2
Cinema Cinema		23	38	3	0	36
Museu Museum		15	83	0	0	1
Ponto de cultura Culture point		16	79	1	0	4
Teatro Theater		9	61	0	0	29

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

E1 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM ÁREA OU DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

CULTURAL FACILITIES WITH AN INFORMATION TECHNOLOGY AREA OR DEPARTMENT

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	37	63	0	0
	Bem tombado Heritage site	15	85	0	0
	Biblioteca Library	21	78	0	1
	Cinema Cinema	48	52	1	0
	Museu Museum	14	86	0	0
	Ponto de cultura Culture point	24	76	0	0
	Teatro Theater	21	78	1	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

E2 EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE CONTRATAM SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

CULTURAL FACILITIES THAT HIRE INFORMATION TECHNOLOGY SERVICES

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	42	56	2	1
	Bem tombado Heritage site	31	67	2	0
	Biblioteca Library	15	84	1	0
	Cinema Cinema	65	33	2	0
	Museu Museum	18	80	1	1
	Ponto de cultura Culture point	39	60	1	0
	Teatro Theater	29	69	1	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

E3 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR DESENVOLVEDOR DO WEBSITE DA INSTITUIÇÃO
CULTURAL FACILITIES BY DEVELOPER OF THE INSTITUTION'S WEBSITETOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Área de tecnologia da informação Information technology area within the institution	Outros membros da equipe Other members of the institution's team	Voluntários Volunteers	Prestador de serviço contratado Third-party service provider hired by the institution	Outras instituições Other institutions	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	20	39	4	12	14	44
	Bem tombado Heritage site	4	12	6	13	7	73
	Biblioteca Library	1	2	0	1	1	97
	Cinema Cinema	20	26	3	43	33	29
	Museu Museum	4	14	6	7	8	74
	Ponto de cultura Culture point	10	25	21	17	9	55
	Teatro Theater	6	14	3	12	8	72

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

E4A EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE POSSUEM ÁREA OU PESSOA RESPONSÁVEL PELO RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO NAS REDES SOCIAIS
CULTURAL FACILITIES WITH AN AREA OR PERSON IN CHARGE FOR MANAGING PUBLIC RELATIONSHIPS ON SOCIAL NETWORKING WEBSITESTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	38	15	1	-	46
	Bem tombado Heritage site	31	11	0	-	58
	Biblioteca Library	14	14	0	-	72
	Cinema Cinema	71	11	0	-	17
	Museu Museum	31	16	0	-	52
	Ponto de cultura Culture point	53	26	0	-	21
	Teatro Theater	40	14	0	-	46

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

E4B EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE TERCEIRIZAM O SERVIÇO DE RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO NAS REDES SOCIAIS

CULTURAL FACILITIES THAT OUTSOURCE THE SERVICE OF MANAGING PUBLIC RELATIONSHIPS ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	4	49	1	0	46
	Bem tombado Heritage site	12	29	0	1	58
	Biblioteca Library	3	24	0	0	72
	Cinema Cinema	25	56	1	0	17
	Museu Museum	5	42	0	0	52
	Ponto de cultura Culture point	11	67	0	0	21
	Teatro Theater	9	44	1	0	46

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

E5A EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE OFERECERAM TREINAMENTO INTERNO EM INFORMÁTICA, COMPUTADOR E INTERNET PARA A EQUIPE NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES THAT OFFERED INTERNAL TRAINING ON INFORMATION TECHNOLOGY, COMPUTER AND INTERNET FOR THE TEAM IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	34	63	0	0	3
	Bem tombado Heritage site	13	49	0	0	38
	Biblioteca Library	15	48	0	0	37
	Cinema Cinema	43	53	1	0	3
	Museu Museum	12	58	0	0	29
	Ponto de cultura Culture point	27	58	0	0	15
	Teatro Theater	19	59	0	0	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

E5B EQUIPAMENTOS CULTURAIS QUE PAGARAM CURSOS EXTERNOS DE INFORMÁTICA, COMPUTADOR E INTERNET PARA A EQUIPE NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CULTURAL FACILITIES THAT PAID FOR EXTERNAL INFORMATION TECHNOLOGY, COMPUTER AND INTERNET COURSES FOR THE TEAM IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	19	75	2	-	3
	Bem tombado Heritage site	12	50	0	-	38
	Biblioteca Library	4	59	0	-	37
	Cinema Cinema	22	74	1	-	3
	Museu Museum	5	65	0	-	29
	Ponto de cultura Culture point	12	72	1	-	15
	Teatro Theater	9	69	1	-	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

E6 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR DIFICULDADES PARA O USO DE COMPUTADOR E INTERNET

CULTURAL FACILITIES BY DIFFICULTIES WITH USING COMPUTERS AND THE INTERNET

TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Poucos recursos financeiros para investimento na área de tecnologia Insufficient financial resources to invest in technology	Baixa velocidade na conexão de Internet Low speed of connection to the Internet	Equipamentos ultrapassados Outdated equipment
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	60	28	40
	Bem tombado Heritage site	49	35	25
	Biblioteca Library	47	34	37
	Cinema Cinema	36	36	24
	Museu Museum	49	30	32
	Ponto de cultura Culture point	71	49	45
	Teatro Theater	46	33	33

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

E6 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR DIFICULDADES PARA O USO DE COMPUTADOR E INTERNET
CULTURAL FACILITIES BY DIFFICULTIES WITH USING COMPUTERS AND THE INTERNETTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Número insuficiente de computadores Insufficient number of computers	Número insuficiente de computadores conectados à Internet Insufficient number of computers connected to the Internet	Ausência de suporte técnico Lack of technical support	Pouca capacitação da equipe no uso de computador e Internet Lack of training among the team to use computers and the Internet
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	27	24	27	28
	Bem tombado Heritage site	28	25	31	24
	Biblioteca Library	42	36	34	33
	Cinema Cinema	19	18	25	24
	Museu Museum	31	25	27	23
	Ponto de cultura Culture point	44	39	50	40
	Teatro Theater	29	26	25	23

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

CONTINUA / CONTINUES ►

E7 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL DIFICULDADE PARA O USO DE COMPUTADOR E INTERNET
CULTURAL FACILITIES BY MAIN DIFFICULTY WITH USING COMPUTERS AND THE INTERNETTOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Poucos recursos financeiros para investimento na área de tecnologia Insufficient financial resources to invest in technology	Baixa velocidade na conexão de Internet Low speed of connection to the Internet	Equipamentos ultrapassados Outdated equipment	Número insuficiente de computadores Insufficient number of computers	Número insuficiente de computadores conectados à Internet Insufficient number of computers connected to the Internet
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	41	6	9	3	0
	Bem tombado Heritage site	34	8	1	2	0
	Biblioteca Library	25	4	7	8	3
	Cinema Cinema	19	22	6	3	2
	Museu Museum	31	7	6	3	2
	Ponto de cultura Culture point	51	9	3	3	1
	Teatro Theater	29	11	5	4	2

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

E7 EQUIPAMENTOS CULTURAIS, POR PRINCIPAL DIFICULDADE PARA O USO DE COMPUTADOR E INTERNET
CULTURAL FACILITIES BY MAIN DIFFICULTY WITH USING COMPUTERS AND THE INTERNET
TOTAL DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS
TOTAL NUMBER OF CULTURAL FACILITIES

Percentual (%) Percentage (%)		Ausência de suporte técnico Lack of technical support	Pouca capacitação da equipe no uso de computador e Internet Lack of training among the team to use computers and the Internet	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TIPO DE EQUIPAMENTO CULTURAL TYPE OF CULTURAL FACILITY	Arquivo Archive	6	7	1	1	4
	Bem tombado Heritage site	3	4	1	0	41
	Biblioteca Library	4	4	0	1	42
	Cinema Cinema	6	6	1	0	3
	Museu Museum	3	3	1	1	36
	Ponto de cultura Culture point	3	3	0	1	19
	Teatro Theater	2	4	0	1	26

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros – TIC Cultura 2018.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities - ICT in Culture 2018.

PARTE 4

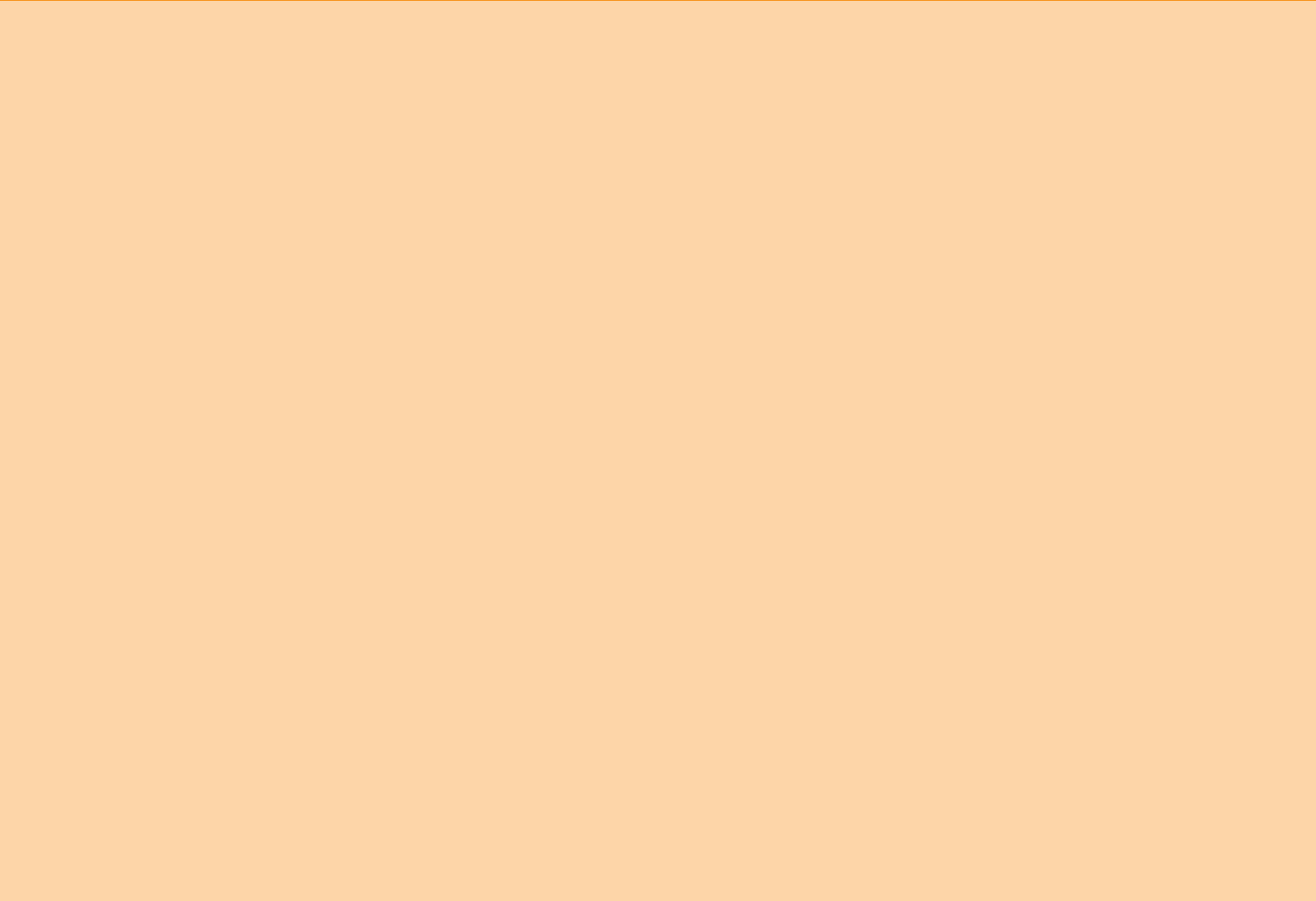


APÊNDICES

PART 4



APPENDICES



LISTA DE ABREVIATURAS

- Abraji** – Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo
- Ancine** – Agência Nacional do Cinema
- API** – Interface de Programação de Aplicativos
- BNDES** – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
- Capes** – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
- CATI** – Entrevista Telefônica Assistida por Computador
- Cepal** – Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe das Nações Unidas
- CERT.br** – Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil
- Cetic.br** – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação
- CGI.br** – Comitê Gestor da Internet no Brasil
- Conarq** – Conselho Nacional de Arquivos
- CNPq** – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
- DLLLb** – Departamento de Livro, Leitura, Literatura e Bibliotecas
- DSL** – Tecnologia de transmissão digital de dados via rede de telefonia (em inglês, *digital subscriber line*)
- Ecad** – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
- eLAC** – Agenda Digital para América Latina e Caribe
- E-Digital** – Estratégia Brasileira para a Transformação Digital
- ESPM** – Escola Superior de Propaganda e Marketing
- Estadic** – Pesquisas de Informações Básicas Estaduais
- FAIR** – sigla em inglês para *findable, accessible, interoperable, re-usable*.
- FAO** – Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura
- Fapesp** – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
- Fecomércio** – Federação do Comércio
- FMI** – Fundo Monetário Internacional
- Funai** – Fundação Nacional do Índio
- Funarte** – Fundação Nacional de Artes
- Iana** – Internet Assigned Numbers Authority (Autoridade para Atribuição de Números da Internet)
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- Ibram** – Instituto Brasileiro de Museus
- IBICT** – Instituto Brasileiro de Informação Científica e Tecnológica
- Icom** – International Council of Museums (Conselho Internacional de Museus)
- Ipea** – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
- Iphan** – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
- LGPD** – Lei Geral de Proteção de Dados
- L3P** – Laboratório de Políticas Públicas Participativas
- MCTIC** – Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações

- Minc** – Ministério da Cultura
- Munic** – Pesquisas de Informações Básicas Municipais
- NIC.br** – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
- OCDE** – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
- ODS** – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
- OIT** – Organização Internacional do Trabalho
- OMS** – Organização Mundial da Saúde
- ONU** – Organização das Nações Unidas
- OPAS** – Organização Pan-Americana da Saúde
- PNC** – Plano Nacional de Cultura
- PNLL** – Plano Nacional do Livro e da Leitura
- Pronac** – Programa Nacional de Apoio à Cultura
- Puc-SP** – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
- PwC** – PricewaterhouseCoopers
- RNP** – Rede Nacional de Pesquisa
- Sesc** – Serviço Social do Comércio
- SIIC** – Sistema de Informações e Indicadores Culturais
- Sinar** – Sistema Nacional de Arquivos
- SNBP** – Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas
- SNIIC** – Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais
- TIC** – Tecnologias de Informação e Comunicação
- UFG** – Universidade Federal de Goiás
- UFPI** – Universidade Federal do Piauí
- UFRGS** – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
- UFSC** – Universidade Federal de Santa Catarina
- UIS** – Unesco Institute for Statistics (Instituto de Estatística da Unesco)
- UIT** – União Internacional de Telecomunicações
- UnB** – Universidade de Brasília
- Unctad** – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
- Unesco** – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
- Unicamp** – Universidade Estadual de Campinas
- Unicef** – Fundo das Nações Unidas para a Infância
- USP** – Universidade de São Paulo
- WSIS** – World Summit on the Information Society (Cúpula Mundial da Sociedade da Informação)

LIST OF ABBREVIATIONS

- Abraji** – Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Brazilian Association of Investigative Journalism)
- Ancine** – Agência Nacional do Cinema (Brazilian National Film Agency)
- API** – Application Programming Interface
- BNDES** – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (Brazilian Development Bank)
- Capes** – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Coordination of Improvement of Higher Education Personnel)
- CATI** – Computer-Assisted Telephone Interviewing
- CERT.br** – Brazilian National Computer Emergency Response Team
- Cetic.br** – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Regional Center for Studies on the Development of the Information Society)
- CGI.br** – Comitê Gestor da Internet no Brasil (Brazilian Internet Steering Committee)
- Conarq** – Conselho Nacional de Arquivos (National Council on Archives)
- CNPq** – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (National Council for Scientific and Technological Development)
- DLLLB** – Departamento de Livro, Leitura, Literatura e Bibliotecas (Brazilian Department of Books, Reading, Literature and Libraries)
- DSL** – Digital Subscriber Line
- Ecad** – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Brazilian Central Office for Collection and Distribution)
- ECLAC** – Economic Commission for Latin America and the Caribbean
- eLAC** – Digital Agenda for Latin America and the Caribbean
- E-Digital** – Brazilian Digital Transformation Strategy
- ESPM** – Escola Superior de Propaganda e Marketing (School of Advertising and Marketing)
- Estadic** – Pesquisas de Informações Básicas Estaduais (Survey of Basic State Information)
- FAIR** – Findable, Accessible, Interoperable, Re-usable.
- FAO** – Food and Agriculture Organization of the United Nations
- Fapesp** – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (São Paulo Research Foundation)
- Fecomércio** – Federação do Comércio (National Federation of Commerce)
- Funai** – Fundação Nacional do Índio (National Indian Foundation)
- Funarte** – Fundação Nacional de Artes (National Arts Foundation)
- Iana** – Internet Assigned Numbers Authority
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Brazilian Institute of Geography and Statistics)
- Ibram** – Instituto Brasileiro de Museus (Brazilian Institute of Museums)
- IBICT** – Instituto Brasileiro de Informação Científica e Tecnológica (Brazilian Institute of Information in Science and Technology)

- Icom** – International Council of Museums
- ICT** – Information and Communication Technologies
- ILO** – International Labour Organization
- IMF** – International Monetary Fund
- Ipea** – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Institute for Applied Economic Research)
- Iphan** – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (National Institute of Historic and Artistic Heritage)
- ITU** – International Telecommunication Union
- LGPD** – Lei Geral de Proteção de Dados (Brazilian General Data Protection Law)
- L3P** – Laboratório de Políticas Públicas Participativas (Laboratory for Participatory Public Policies)
- MCTIC** – Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (Ministry of Science, Technology, Innovations and Communication)
- Minc** – Ministério da Cultura (Ministry of Culture)
- Munic** – Pesquisas de Informações Básicas Municipais (Survey of Basic Municipal Information)
- NIC.br** – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Brazilian Network Information Center)
- OECD** – Organisation for Economic Co-operation and Development
- PAHO** – Pan-American Health Organization
- PNC** – Plano Nacional de Cultura (National Culture Plan)
- PNLL** – Plano Nacional do Livro e Leitura (National Book and Reading Plan)
- Pronac** – Programa Nacional de Apoio à Cultura (National Program of Support to Culture)
- Puc-SP** – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Pontifical Catholic University of São Paulo)
- PwC** – PricewaterhouseCoopers
- RNP** – Rede Nacional de Pesquisa (Brazilian National Research Network)
- SDG** – Sustainable Development Goals
- Sesc** – Serviço Social do Comércio (Brazilian Social Service of Commerce)
- SIIC** – Sistema de Informações e Indicadores Culturais (System of Information and Cultural Indicators)
- Sinar** – Sistema Nacional de Arquivos (National System of Archives)
- SNBP** – Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (National Public Library System)
- SNIIC** – Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (National System of Information and Cultural Indicators)
- UFG** – Universidade Federal de Goiás (Federal University of Goiás)
- UFPI** – Federal University of Piauí
- UFRGS** – Federal University of Rio Grande do Sul
- UFSC** – Federal University of Santa Catarina
- UIS** – Unesco Institute for Statistics
- UnB** – Universidade de Brasília (University of Brasília)
- UN** – United Nations
- Unctad** – United Nations Conference on Trade and Development
- Unesco** – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
- Unicamp** – Universidade Estadual de Campinas (State University of Campinas)
- Unicef** – United Nations Children’s Fund
- USP** – Universidade de São Paulo (University of São Paulo)
- WHO** – World Health Organization
- WSIS** – World Summit on the Information Society



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

cetic.br

Centro Regional de Estudos
para o Desenvolvimento da
Sociedade da Informação
sob os auspícios da UNESCO

nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

egi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil

Tel 55 11 5509 3511
Fax 55 11 5509 3512

www.cgi.br
www.nic.br
www.cetic.br