

nic.br egi.br

cetic.br

# HÁBITOS E CONSUMO DE BENS CULTURAIS

Seminário Latino Americano de Informações e Indicadores Culturais

Brasília | 16 de dezembro de 2015

# MEDIÇÃO DO ACESSO E USO DAS TIC

Áreas de Investigação

egi.br  
nic.br

## Série de Pesquisas Nacionais TIC do CGI.br

10 anos produzindo dados para políticas públicas de TIC

cetic.br  
2005



# PESQUISAS TIC NO BRASIL

## Agenda de Políticas Públicas

### I. Periodicidade:

### II. Cobertura nacional:

- **Urbano**
- **Rural**

**Anual**

**Bienal**

**Trienal**



Dados desagregados e diversas variáveis de tabulação

652 Indicadores

### III. Insumo para políticas públicas:

- Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação
- Ministério das Comunicações
- Ministério da Cultura
- Ministério da Educação
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio
- Ministério da Justiça
- Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão
- Ministério da Saúde
- Secretaria de Direitos Humanos
- ANATEL
- ANS
- IPEA

The background of the slide is a dark gray color with a white, stylized circuit board pattern. The pattern consists of various lines, rectangles, and circles, resembling a printed circuit board (PCB) layout. The lines are of varying thicknesses and are interconnected to form a complex network of paths. There are also some circular elements that look like vias or pads on the board. The overall aesthetic is technical and digital.

# HÁBITOS E CONSUMO DE BENS CULTURAIS: CULTURA DIGITAL

cetic.br nic.br egi.br



# TIC DOMICÍLIOS

(2005 - 2014)



## 51 Indicadores

**Variáveis de estratificação:** área, região, sexo, faixa etária, grau de instrução, classe social, renda familiar, condição de atividade.

→ (domicílios e indivíduos).

- ❑ Acesso às TIC nos domicílios
- ❑ Uso de computador e Internet
- ❑ Habilidades TIC
- ❑ Uso de governo eletrônico
- ❑ Uso de comércio eletrônico
- ❑ Uso de dispositivos móveis
- ❑ Intenção de aquisição de equipamentos e serviços TIC

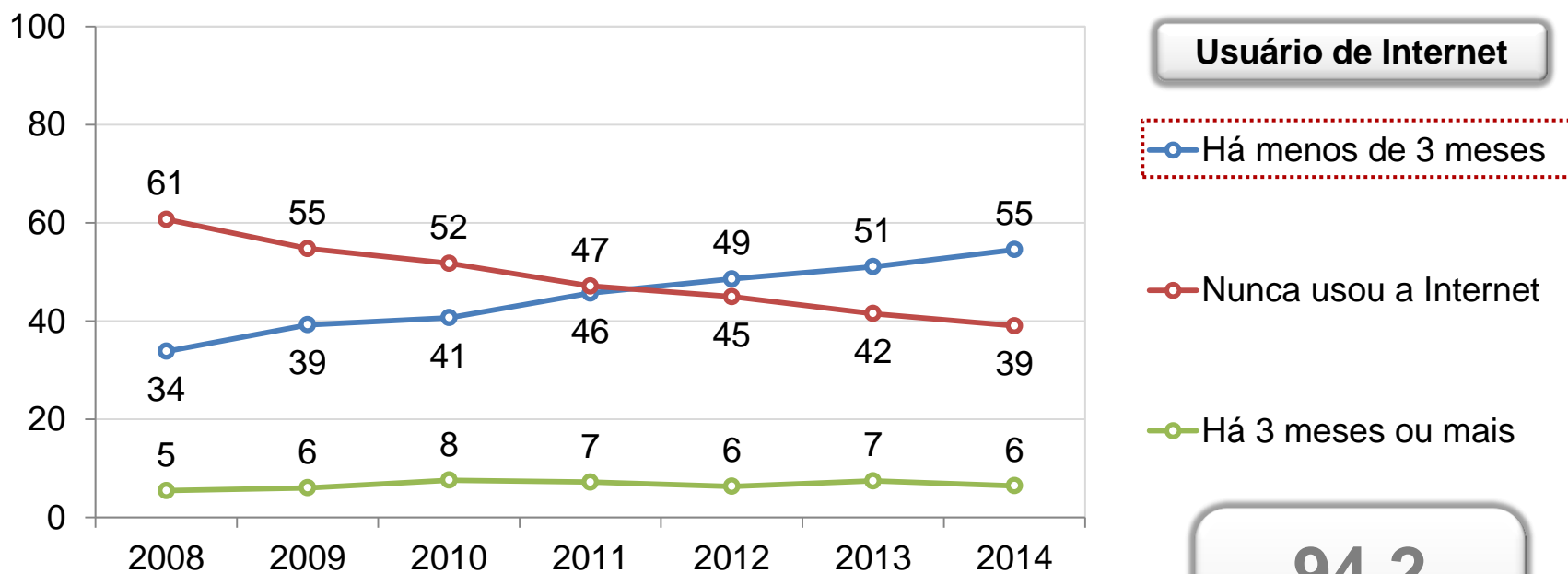


# PERFIL DO USUÁRIO DE INTERNET

% sobre o total da população

Indivíduos que acessaram a Internet, por último acesso (2008-2014)

Percentual sobre o total da população



**Usuário de Internet**

—○— Há menos de 3 meses

—○— Nunca usou a Internet

—○— Há 3 meses ou mais

**94,2**

milhões de usuários  
de Internet



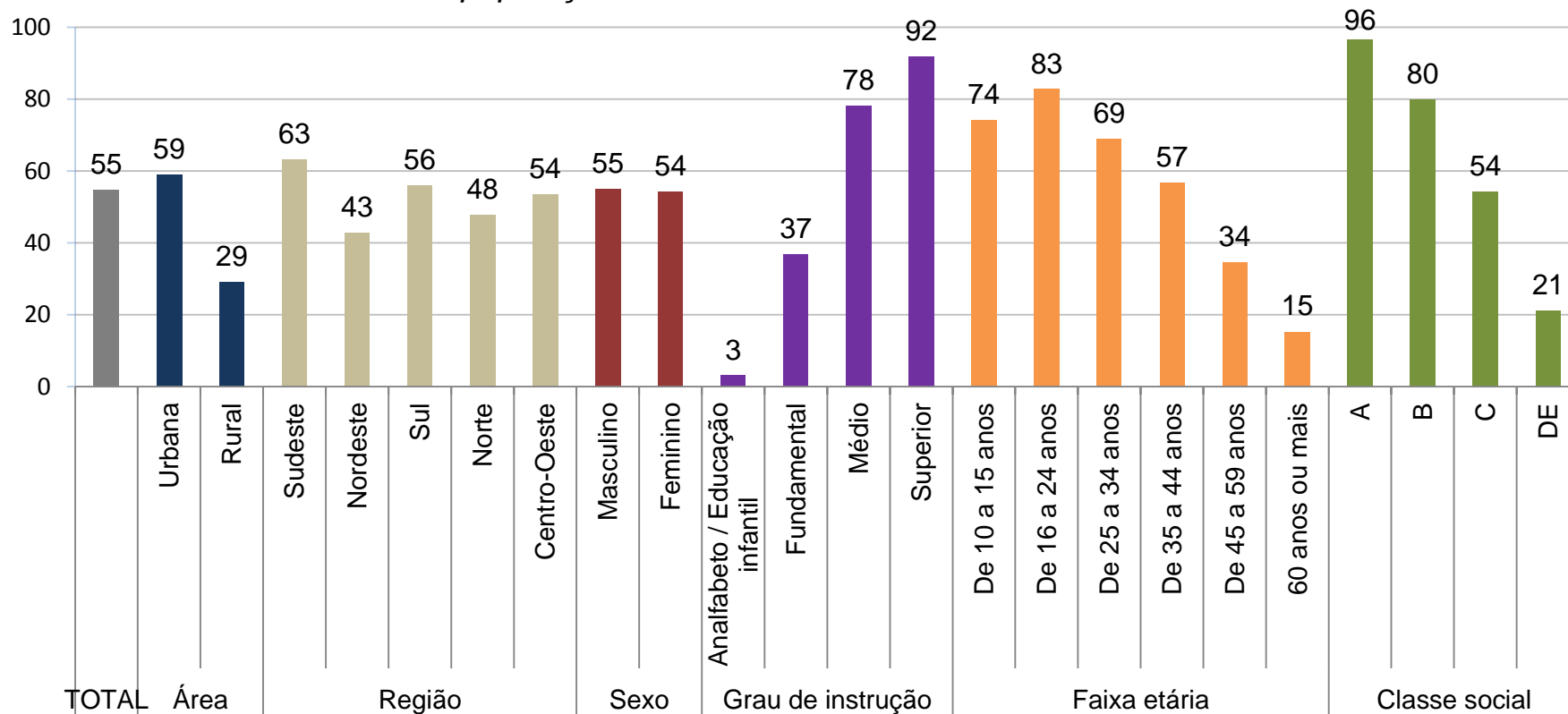


# PERFIL DOS USUÁRIOS DE INTERNET

% sobre o total da população

## Usuários de Internet (2014)

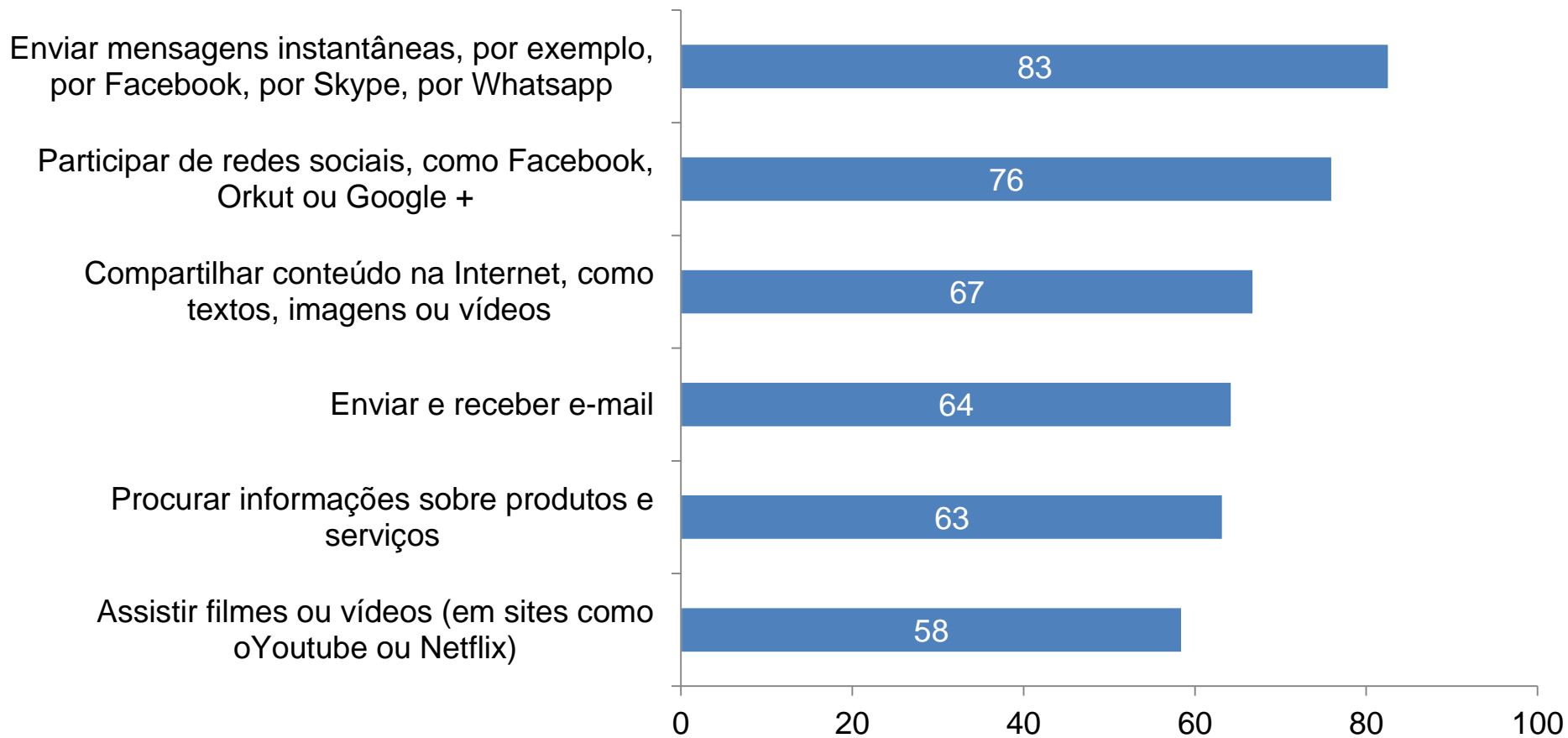
Percentual sobre o total da população





# ATIVIDADES REALIZADAS – MAIS CITADAS (1)

*% sobre o total de usuários de Internet (2014)*

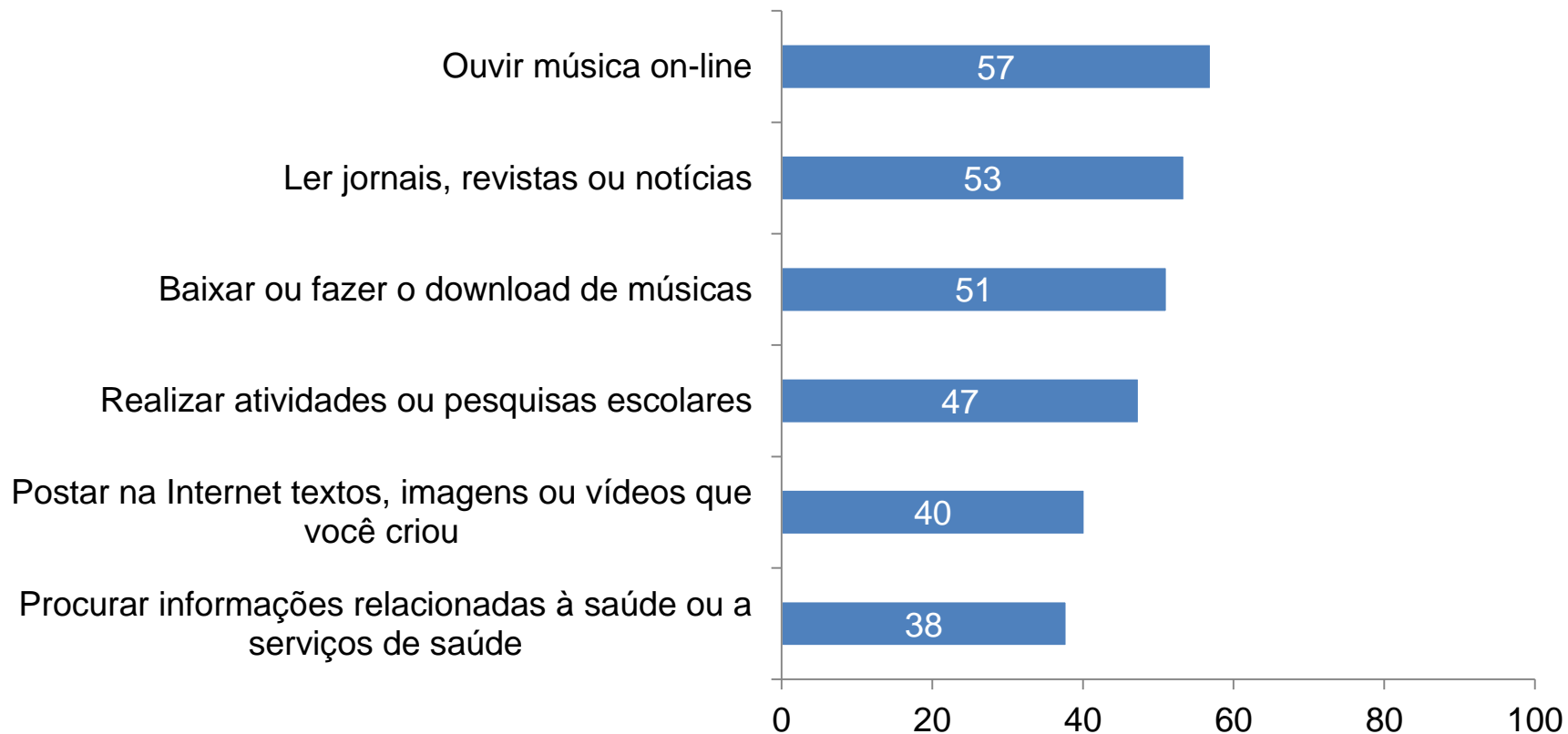






## ATIVIDADES REALIZADAS – MAIS CITADAS (2)

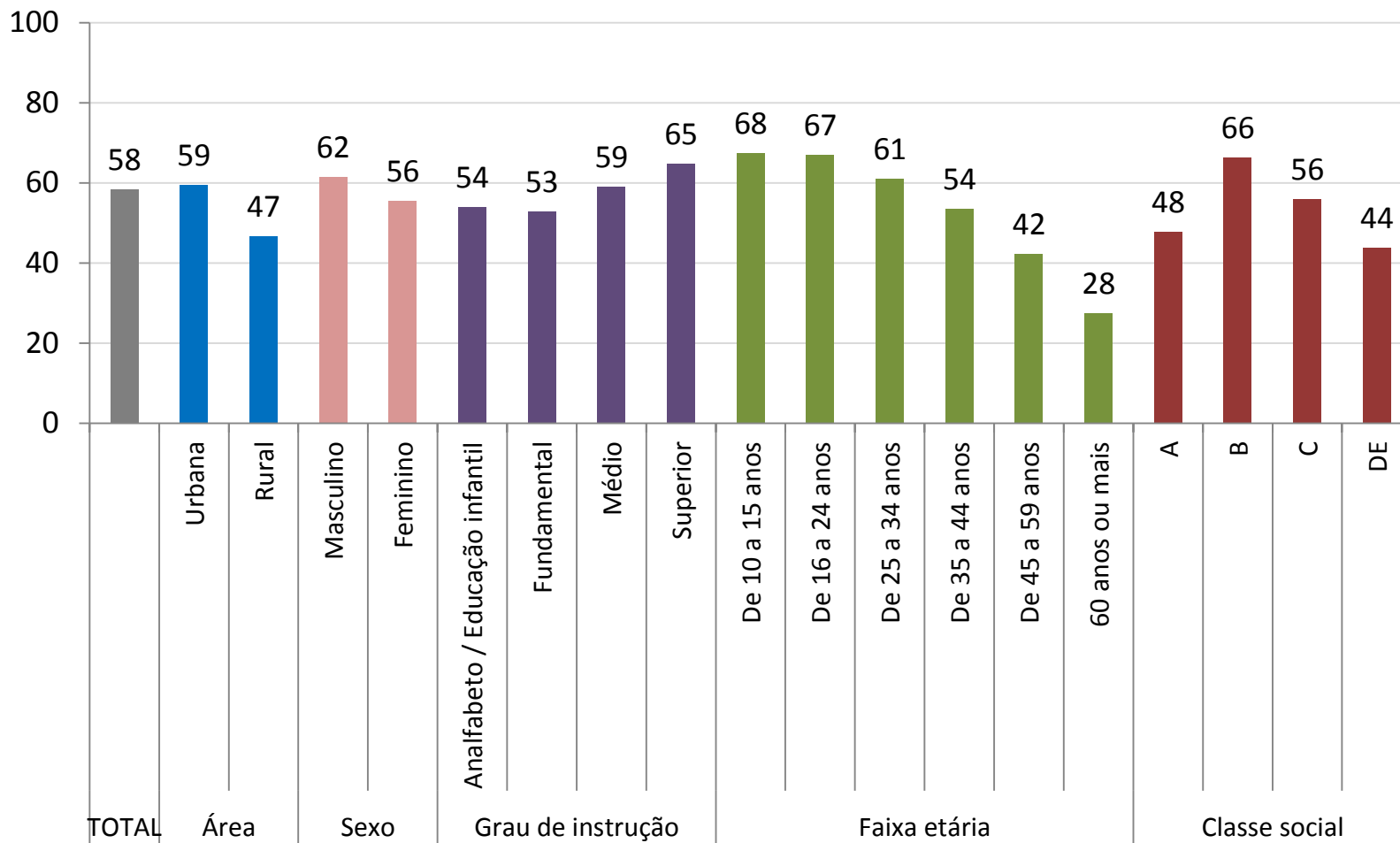
*% sobre o total de usuários de Internet (2014)*





# ASSISTIR FILMES OU VÍDEOS

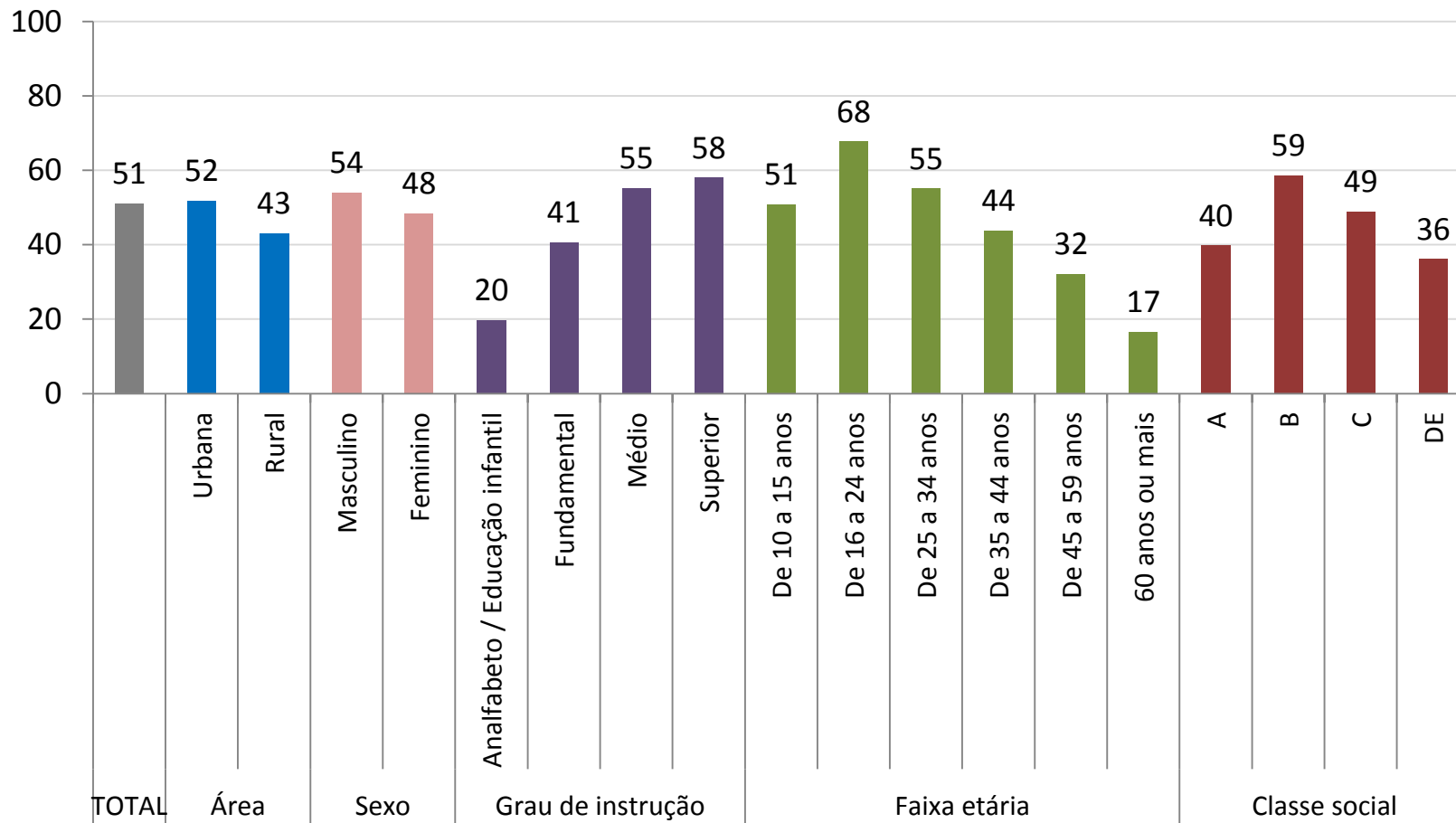
% sobre o total de usuários de Internet (2014)





# BAIXAR/DOWNLOAD DE MÚSICAS

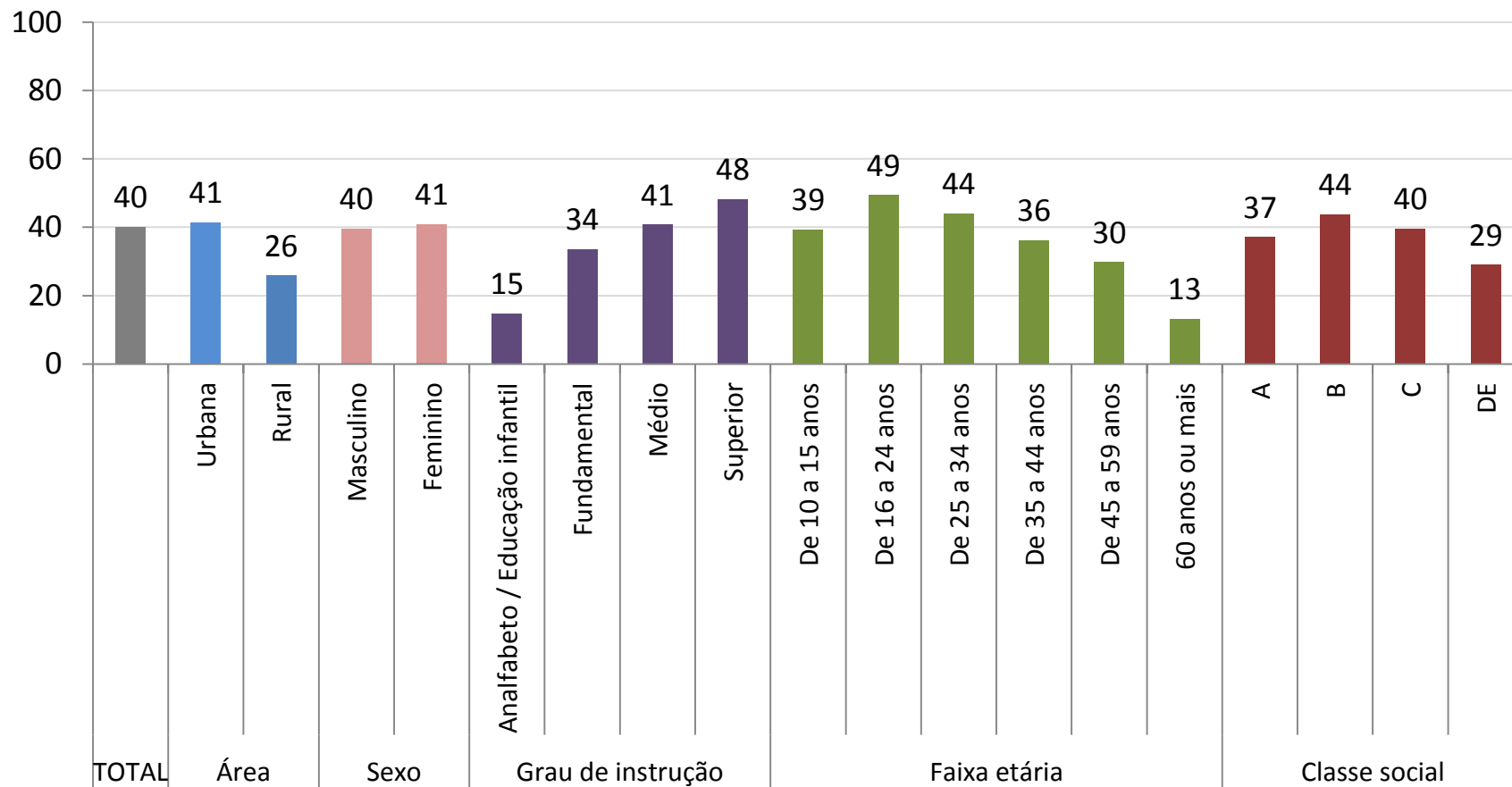
% sobre o total de usuários de Internet (2014)





# POSTAR TEXTOS, IMAGENS OU VÍDEOS QUE CRIOU

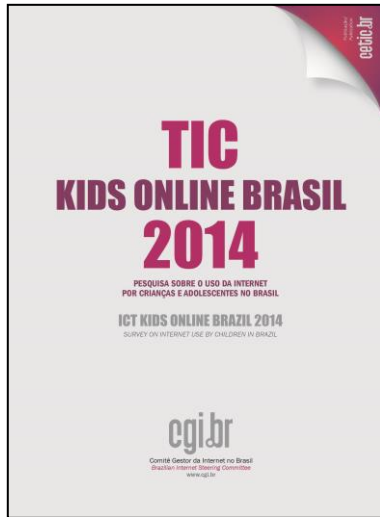
% sobre o total de usuários de Internet (2014)





# TIC KIDS ONLINE BRASIL

(2012 - 2014)



## 140 Indicadores

**Variáveis de estratificação:** região, sexo, faixa etária, grau de instrução, classe social, renda familiar.

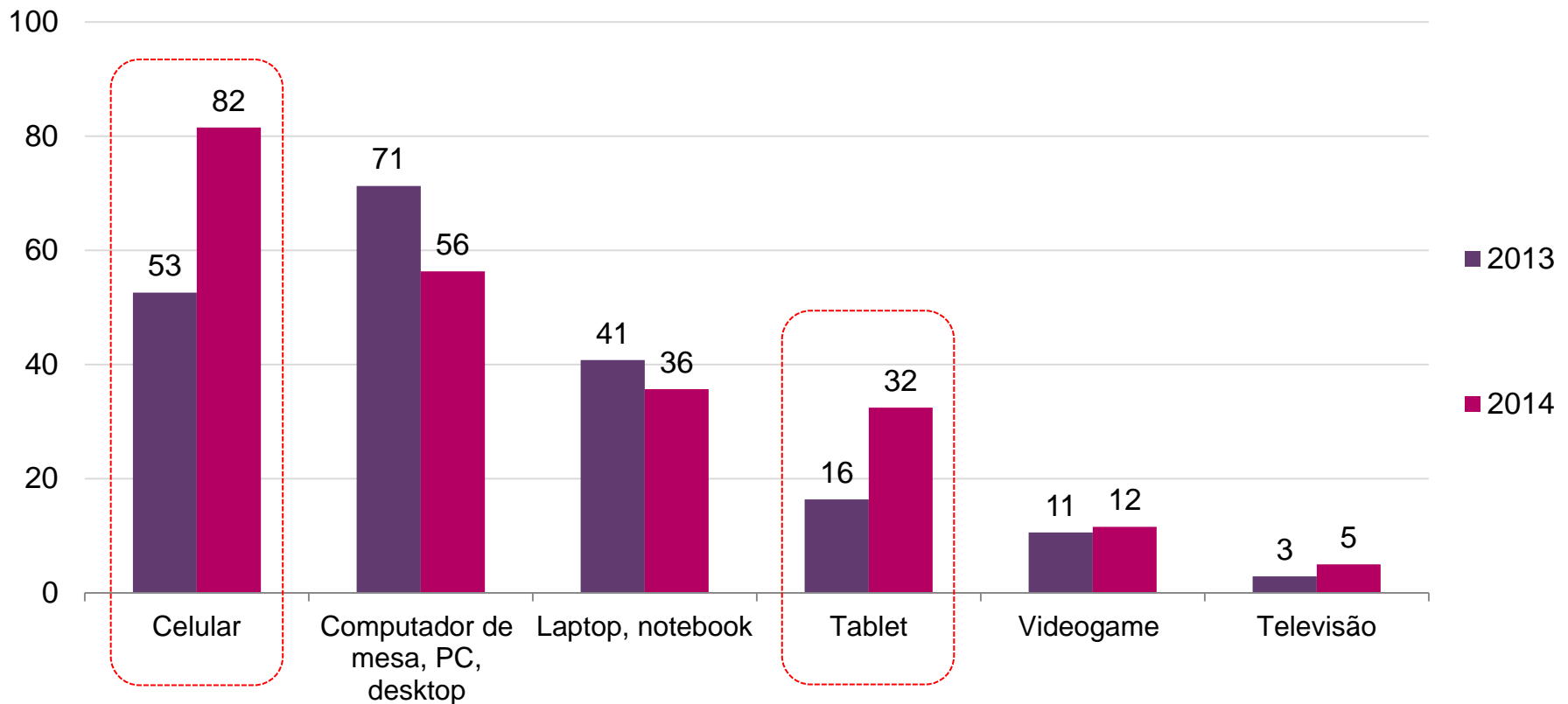
→ (criança/adolescente e pais/responsáveis).

- ❑ Perfil de uso da Internet (dispositivos de acesso, local de uso, frequência de uso)
- ❑ Atividades realizadas na Internet
- ❑ Uso de redes sociais
- ❑ Habilidades para o uso da Internet
- ❑ Mediação parental
- ❑ Consumo e publicidade



# EQUIPAMENTOS UTILIZADOS

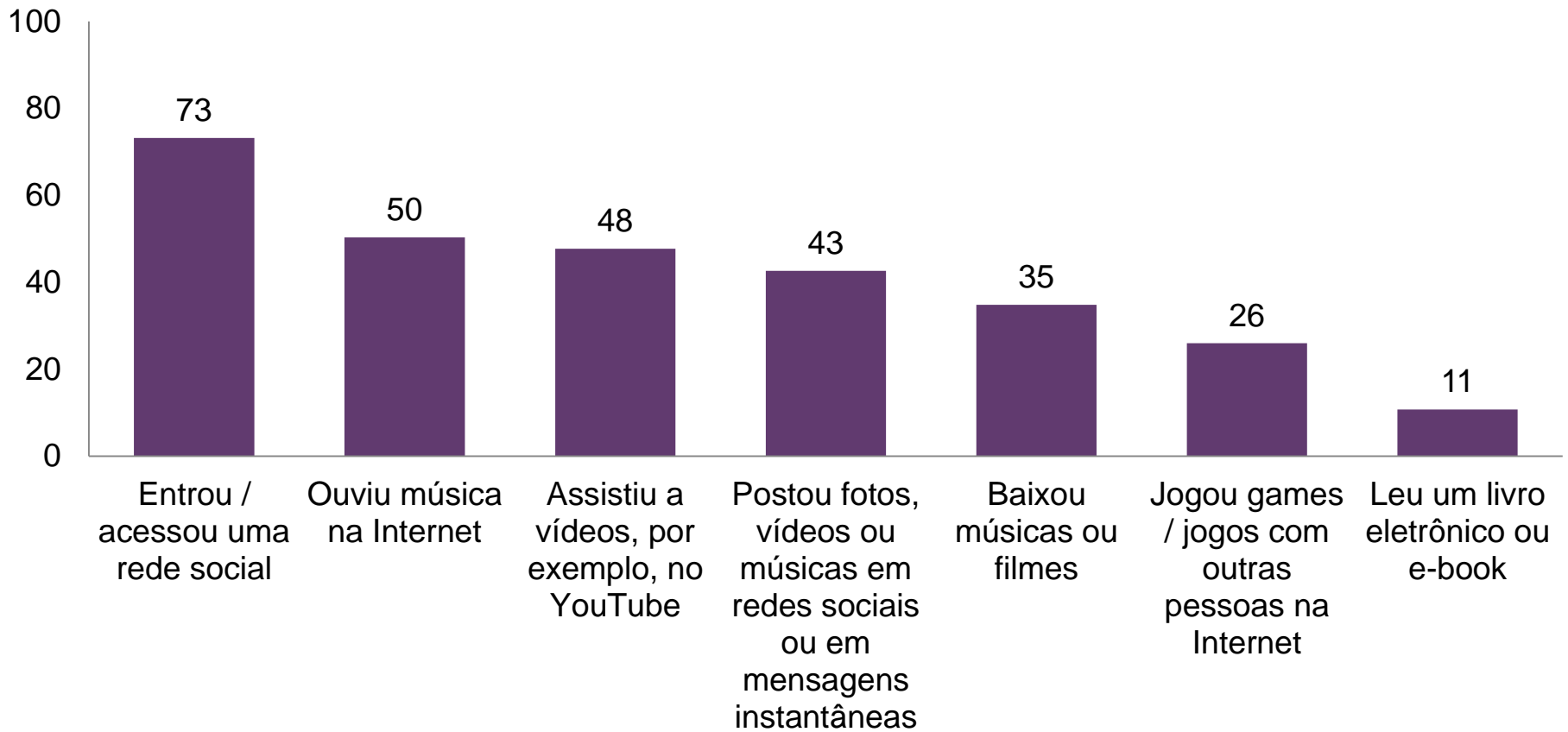
% sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos





# ATIVIDADES REALIZADAS – MAIS CITADAS (1)

% sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos

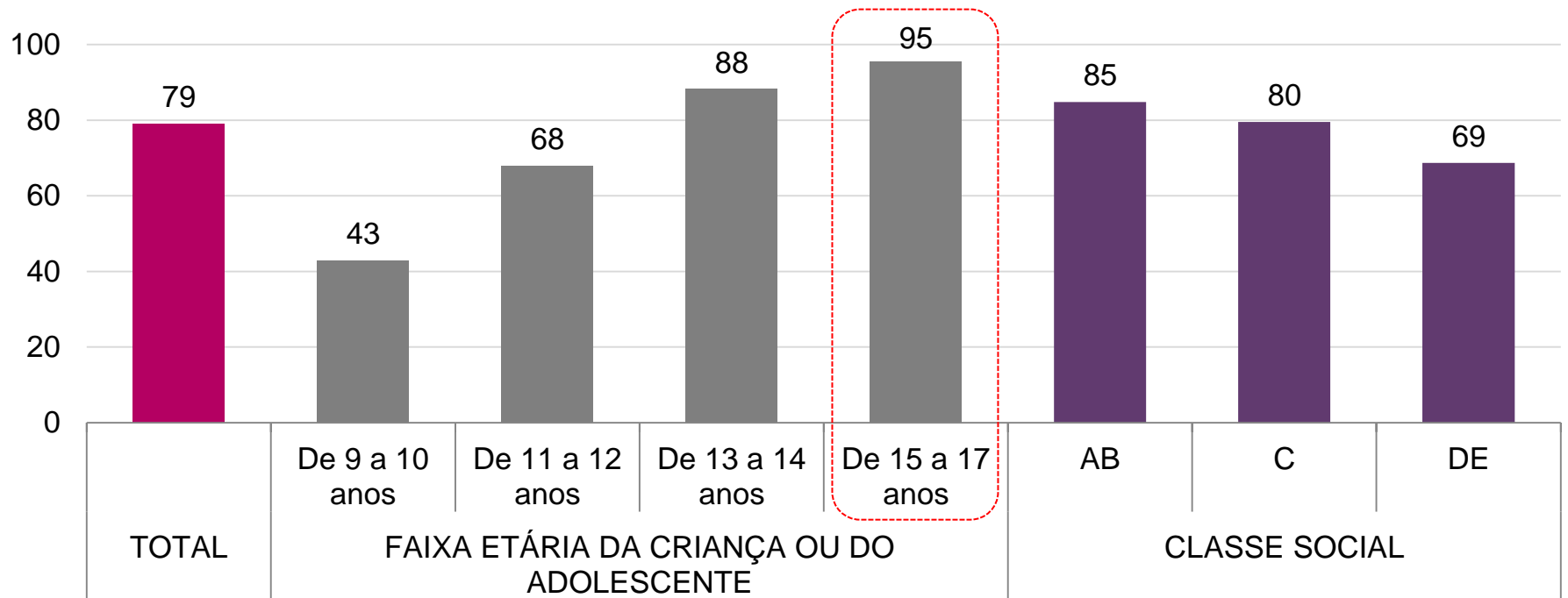






# PERFIL PRÓPRIO EM REDES SOCIAIS

% sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



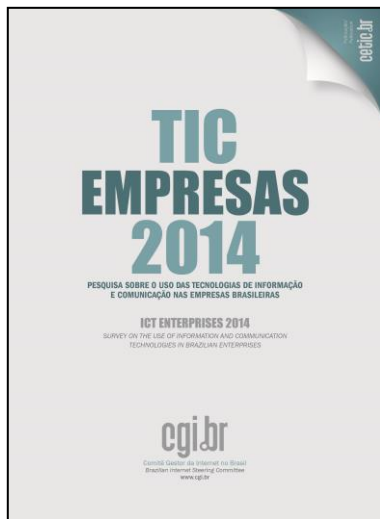
## Redes sociais em que possuem perfil:

(Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos)

Facebook: 78% Instagram: 24% Twitter: 15% Outra: 9%



## TIC EMPRESAS



**56 Indicadores**  
**Variáveis de estratificação:** porte da empresa, região e mercado de atuação.  
→ (Empresas de pequeno, médio e grande porte: 11 setores da CNAE 2.0)

- ❑ Infraestrutura de TIC e sistemas
- ❑ Uso da Internet
- ❑ Uso de governo eletrônico
- ❑ Uso de comércio eletrônico
- ❑ Habilidades no uso das TIC
- ❑ Uso de software
- ❑ Presença na web e redes sociais



## TIC ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS



**50 Indicadores**  
**Variáveis de estratificação:** região, porte, atividade fim.  
→ (Org. Sem fins Lucrativos)

- ❑ Características das organizações sem fins lucrativos
- ❑ Infraestrutura de TIC
- ❑ Uso das TIC
- ❑ Rede social
- ❑ Capacidades e habilidades TIC



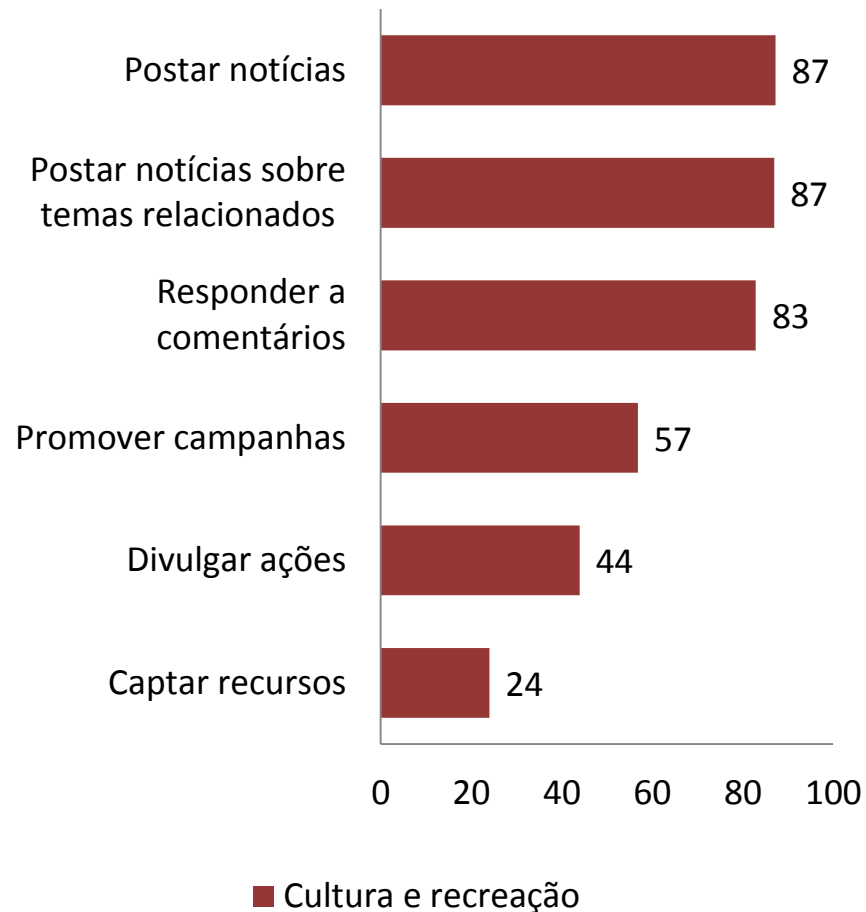
## TIC EMPRESAS

% sobre empresas com perfil próprio em rede social



## TIC ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

% sobre o total de organizações com acesso a Internet e que está presente em algum canal online



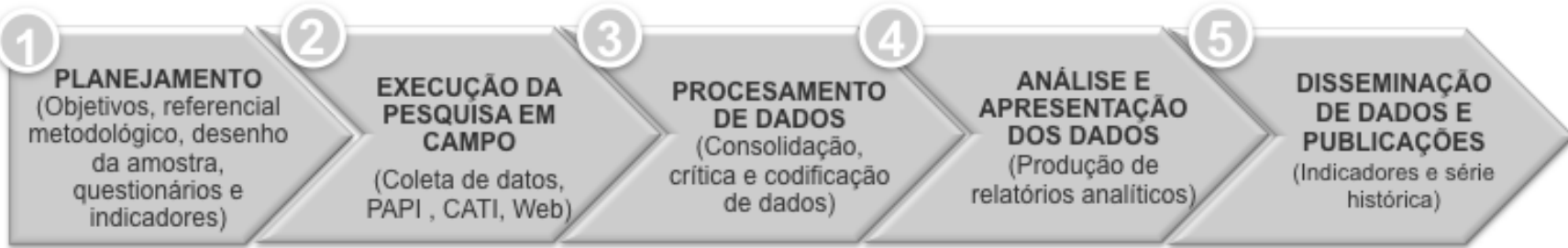
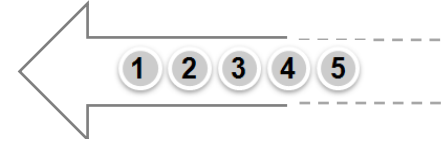
# TIC CULTURA

## PLANEJAMENTO

Atores-chave no processo



Atividades críticas e etapas macro do processo



Grupo de Especialistas

### Governo e Organismos Internacionais

- Ministério da Cultura
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)
- Agência Nacional do Cinema (ANCINE)
- Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM)
- UNESCO

### Organizações da Sociedade Civil

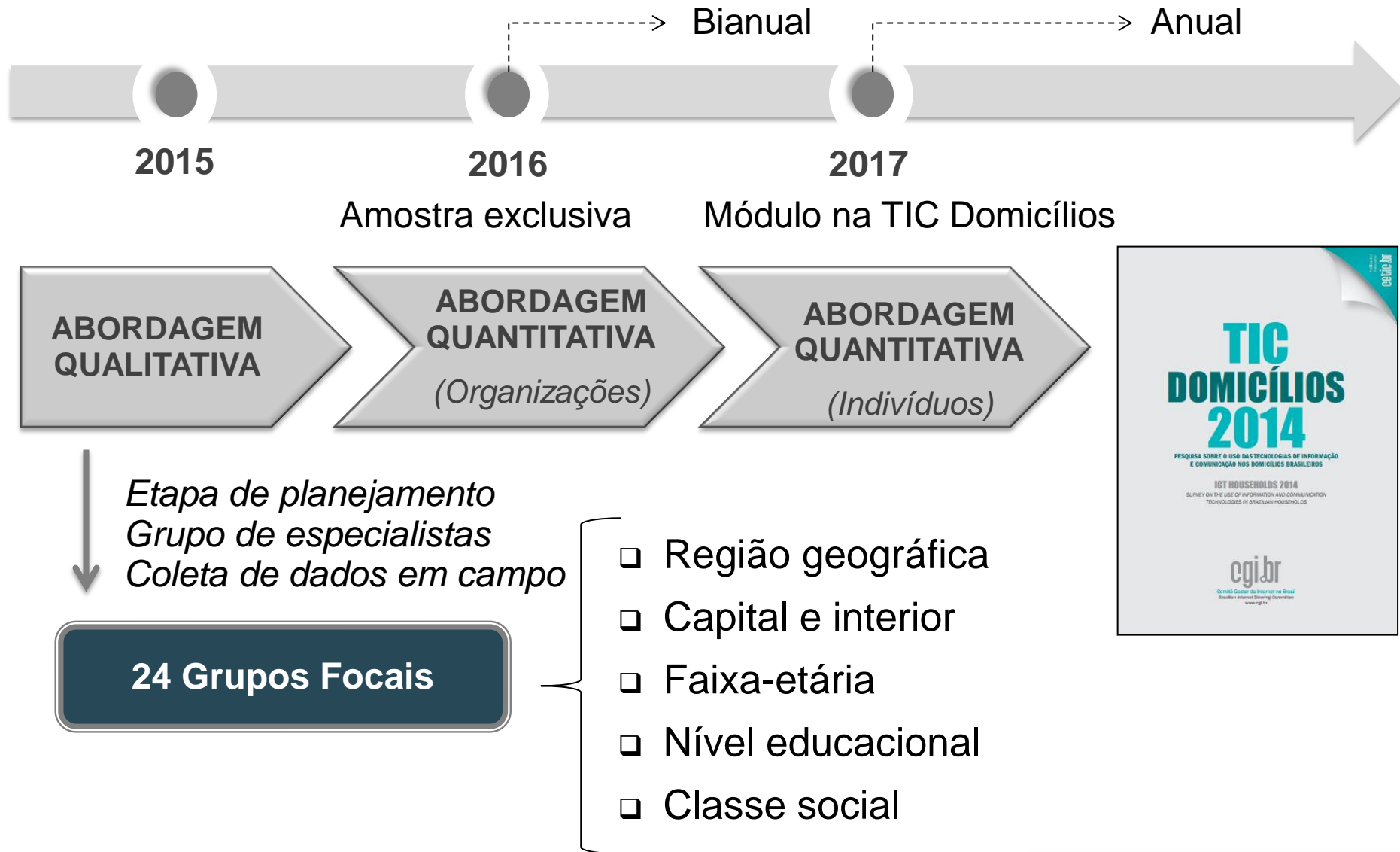
- Instituto de Tecnologia & Sociedade do Rio (ITS Rio)
- Internetlab

### Academia

- Universidade de São Paulo (USP)
- Fundação Getúlio Vargas – RJ (FGV-RJ)
- Consultores independentes

# TIC CULTURA

## PLANEJAMENTO



# Obrigado



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

[www.cetic.br](http://www.cetic.br)

@ fsenne@nic.br  @ComuNICbr  Facebook.com/nic.br

## nic.br cgi.br

[www.nic.br](http://www.nic.br) | [www.cgi.br](http://www.cgi.br)