

ANÁLISE DOS RESULTADOS TIC DOMICÍLIOS 2017

APRESENTAÇÃO

Em 2017 a pesquisa TIC Domicílios chega a sua 13ª edição apresentando dados fundamentais para a compreensão do contexto atual de acesso e uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) no Brasil e para o monitoramento do resultado das políticas públicas no setor. Esta publicação marca também a décima edição da pesquisa que abrange as áreas rurais brasileiras, o que representa a consolidação de uma série histórica importante nessas localidades.¹

A produção de indicadores sistemáticos sobre o tema é cada vez mais fundamental para o acompanhamento das estratégias nacionais para a transformação digital² e para o monitoramento das metas internacionais propostas por meio dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS (em inglês, *Sustainable Development Goals – SDG*) definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), dos quais o Brasil é signatário desde 2015. Ambas as agendas têm como principal ponto de atenção a inclusão digital de uma parcela importante de indivíduos que seguem excluídos de todas as potencialidades que a rede traz.

Assim como já observado nas edições anteriores da pesquisa TIC Domicílios, continua crescendo o número de domicílios com acesso à Internet no país, chegando a 42 milhões de domicílios conectados em 2017. Todavia, apesar desse crescimento, permanecem as desigualdades socioeconômicas e regionais que caracterizam esse acesso, com proporções maiores de domicílios não conectados nas regiões Norte e Nordeste, na área rural e entre os domicílios de classes e rendas mais baixas.

Os dados desta edição da pesquisa também revelam aumento no número de domicílios com acesso à Internet, mas que não têm acesso a computador. Nesse caso, se reafirmam as diferenças socioeconômicas, tendo em vista que o acesso à Internet em domicílios sem computador ocorre

¹ A TIC Domicílios foi iniciada em 2005 e, até 2007, a pesquisa foi realizada apenas em áreas urbanas. A partir de 2008, a amostra da pesquisa passou a abranger também áreas rurais.

² Notadamente, o documento que registra as principais estratégias do governo federal nesse sentido é a Estratégia Brasileira para a Transformação Digital (E-Digital), assinada em 2018, que estabelece 100 ações para impulsionar a digitalização de processos produtivos e da sociedade num prazo de quatro anos (Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações – MCTIC, 2018).

principalmente naqueles mais pobres e localizados em áreas com limitação de infraestrutura de acesso às TIC. Neles, a conexão à rede se dá, sobretudo, por meio de telefones celulares.

Entre os usuários de Internet brasileiros, a pesquisa também investiga os tipos de dispositivos utilizados para o acesso à rede, constatando que a proporção dos que acessaram a Internet exclusivamente pelo telefone celular alcançou pela primeira vez o mesmo patamar dos que acessaram a Internet por múltiplos dispositivos.

Com relação às atividades *on-line*, a TIC Domicílios 2017 demonstra novamente uma maior incidência de realização de atividades de comunicação, como o envio de mensagens instantâneas. Ademais, esta edição traz como novidade, em continuidade ao esforço iniciado pela pesquisa qualitativa Cultura e Tecnologias no Brasil (Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br, 2017a) e pela primeira edição da TIC Cultura (CGI.br, 2017b), resultados sobre as atividades culturais realizadas na Web pelos usuários de Internet brasileiros. Entre essas atividades, no que se refere à fruição de conteúdos, destacam-se assistir a vídeos, programas, filmes ou séries pela Internet e ouvir músicas *on-line*; já em relação à produção e disseminação, o compartilhamento ainda supera a postagem de conteúdos próprios na rede, o que será melhor detalhado adiante.

O relatório está dividido nas seguintes seções:

- Acesso domiciliar à Internet;
- Uso da Internet;
- Telefone celular;
- O uso da Internet em dimensão ampliada;
- Atividades na Internet;
- Atividades culturais na Internet.

TIC DOMICÍLIOS

2017

DESTAQUES



ACESSO À INTERNET NOS DOMICÍLIOS BRASILEIROS

A proporção de domicílios com acesso à Internet no país chegou a 61%, uma estimativa de cerca de 42,1 milhões de domicílios, o que representa um aumento de sete pontos em relação ao percentual observado em 2016. Apesar do crescimento da quantidade de domicílios conectados, as desigualdades regionais e socioeconômicas persistem em níveis semelhantes, com maiores percentuais de domicílios conectados em áreas urbanas (65%) e nas classes A (99%) e B (93%), frente a percentuais ainda reduzidos entre domicílios de áreas rurais (34%) e classes DE (30%).



USUÁRIOS DE INTERNET NO BRASIL E DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA O ACESSO

O número de usuários de Internet no Brasil chegou a 120,7 milhões, o que representa 67% da população com dez anos ou mais. Desses, quase a totalidade (96%) usou a Internet pelo telefone celular, sendo que 49% deles utilizaram a rede apenas por meio desse dispositivo. Pela primeira vez, a proporção daqueles que usaram a Internet exclusivamente em telefones celulares chegou ao mesmo patamar daqueles que a usaram tanto pelo computador quanto pelo celular (47%).

ATIVIDADES NA INTERNET

Os usuários de Internet brasileiros seguiram utilizando a Internet principalmente para realizar atividades de comunicação, com o uso de serviços de mensagens (90%) e redes sociais (77%). Além disso, também foi frequente a realização de atividades culturais na rede, como assistir a vídeos e ouvir músicas, ambas realizadas por 71% dos usuários de Internet brasileiros – o que corresponde a aproximadamente 50% da população considerada na pesquisa.



PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS ON-LINE

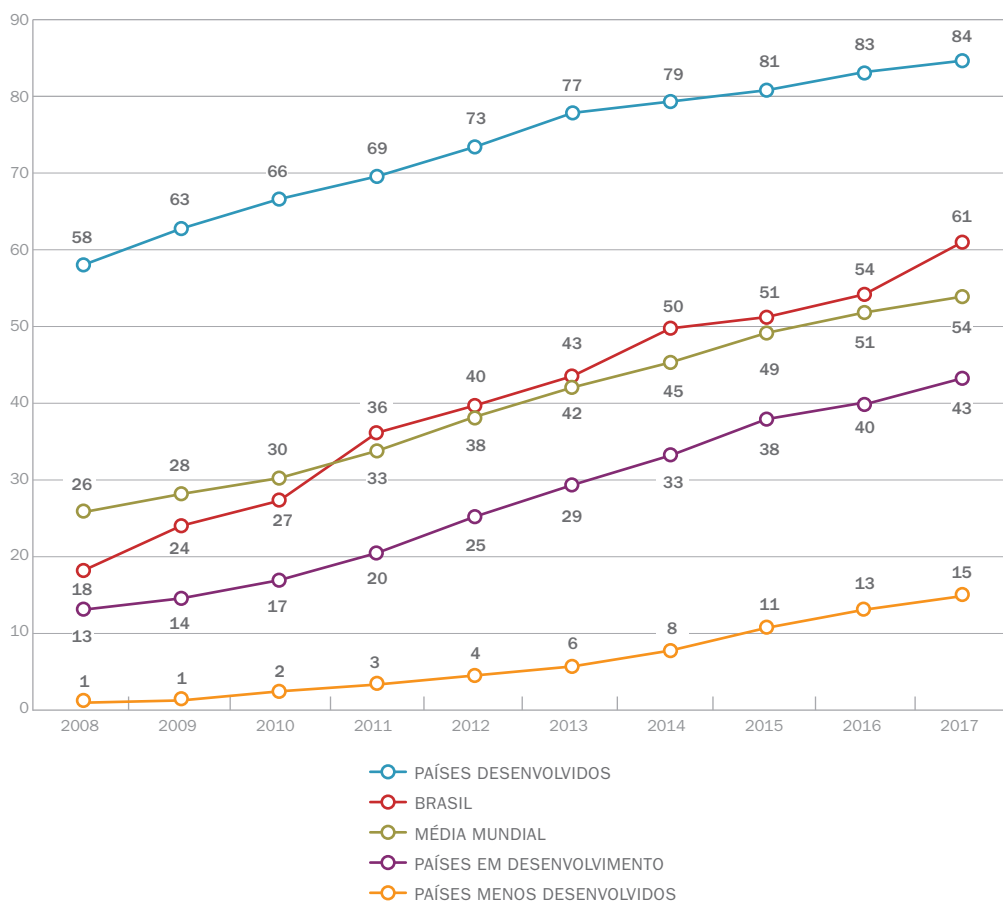
A produção e disseminação de conteúdos próprios na Internet, atividade realizada por 37% dos usuários de Internet, se confirmou como menos comum do que o compartilhamento de conteúdos produzidos por terceiros (73%). Quando ocorreu, a criação e postagem de conteúdos de autoria própria teve caráter mais amador do que profissional, sendo mais mencionada como finalidade para tais posts divulgar fatos ou situações cotidianas do que divulgar um trabalho ou vender produtos ou serviços.

ACESSO DOMICILIAR À INTERNET

Em 2017, a pesquisa TIC Domicílios chega a sua 13ª edição, com uma amostra que abrange áreas urbanas e rurais e que oferece um panorama sobre como vêm se dando o acesso e o uso das tecnologias da informação e comunicação no Brasil na última década. Nesse período, os dados apontam para um crescimento do acesso à Internet nos domicílios brasileiros. Desde o início da série histórica com dados coletados em áreas urbanas e rurais, em 2008³, a proporção de domicílios conectados à Internet triplicou, chegando a 61% em 2017, o que representa mais de 42 milhões de domicílios brasileiros.

De acordo com os dados disponibilizados pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), o Brasil continua em uma posição intermediária em relação a países desenvolvidos e em desenvolvimento em termos de acesso domiciliar à Internet. Ainda assim, vale destacar que, entre 2016 e 2017, o Brasil apresentou um avanço maior nessa proporção, se descolando mais da média mundial de domicílios conectados à rede observada nos últimos anos (Gráfico 1).

GRÁFICO 1
DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET EM PAÍSES DESENVOLVIDOS E EM DESENVOLVIMENTO (2008 - 2017)
Total de domicílios (%)



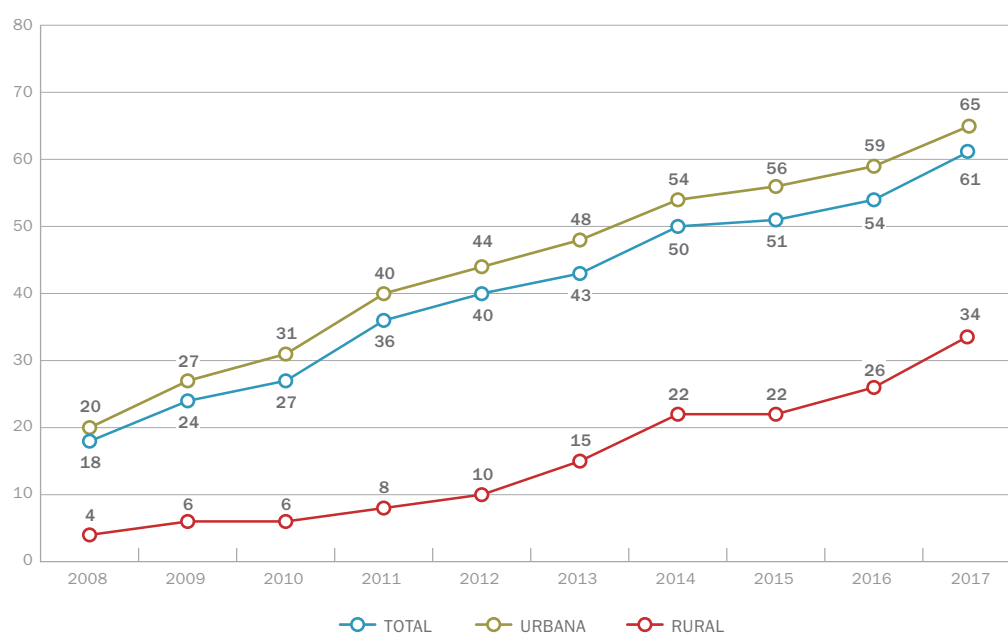
Fonte: União Internacional de Telecomunicações – UIT (dados da média mundial e por país) e Cetic.br (dados do Brasil).

³ Em 2014, o indicador sobre acesso domiciliar à Internet passou por uma revisão em seu enunciado. Até 2014, a pergunta feita era: “O(a) sr(a). ou algum dos membros do domicílio tem acesso à Internet em casa, independente de ser usada ou não, excluindo telefone celular?”. A partir de 2014, a pergunta foi reformulada para “Neste domicílio tem acesso à Internet?”.

Apesar desse avanço, o acesso à Internet nos domicílios brasileiros permanece sendo bastante desigual entre as áreas urbanas e rurais (Gráfico 2) e entre as diferentes classes socioeconômicas. A proporção de domicílios localizados em áreas rurais com acesso à Internet (34%) ainda representa quase a metade da observada entre os domicílios das áreas urbanas (65%) e, da mesma forma, entre os domicílios das classes A e B, a presença de Internet foi bastante superior ao observado entre as demais classes, chegando cada vez mais próximo da universalização (99% e 93%, respectivamente), frente a apenas 30% das classes DE.

Quando analisados os resultados pelas regiões do país, também foram observados padrões diferentes de disponibilidade de acesso domiciliar à Internet, com percentuais mais altos nas regiões Sudeste (69%), Centro-Oeste (68%) e Sul (60%) e sendo menos comum no Norte (48%) e Nordeste (49%). Vale destacar, no entanto, que as regiões Sudeste e Nordeste foram aquelas onde houve uma maior quantidade, em números absolutos, de domicílios sem acesso à Internet: estima-se que, em 2017, mais de 9 milhões de domicílios em cada uma dessas regiões estavam desconectados.

GRÁFICO 2
DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET, POR ÁREA (2008 - 2017)
Total de domicílios (%)



Tais resultados demonstram a necessidade de investimentos para disponibilização de conexão de Internet em áreas em que há menor oferta desse tipo de serviço, questão que é objeto de políticas, como os programas Internet Para Todos⁴ e Governo Eletrônico – Serviço de Atendimento ao Cidadão⁵, mas que, apesar dos avanços verificados, até o momento não foram efetivas para redução de desigualdades.

⁴ Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 10 agosto, 2018, de http://internetparatodos.mctic.gov.br/portal_ipit/opencms

⁵ Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 10 agosto, 2018, de <http://www.mctic.gov.br/mctic/opencms/comunicacao/SETEL/gesac/gesac.html>

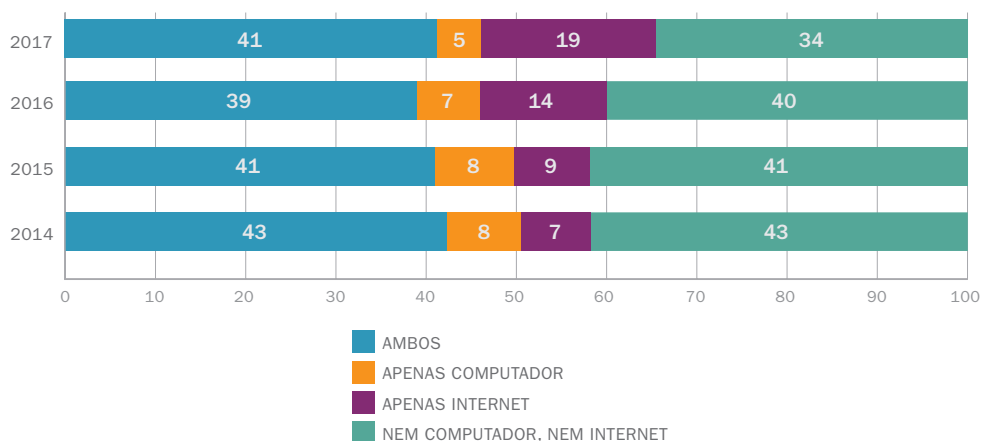
Entre os domicílios sem conexão à Internet, o motivo mais citado para estarem nessa situação continuou sendo, assim como apontado em edições anteriores da pesquisa, o alto custo do serviço, mencionado por 59% dos entrevistados. Em um patamar inferior, também foram citadas a falta de interesse (47%) e de necessidade (44%) dos moradores em ter uma conexão à Internet no domicílio. Quando solicitados a escolherem o principal motivo para a ausência dessa tecnologia no domicílio, prevaleceu o alto custo do serviço (27%), seguido pela falta de interesse dos moradores e por não saberem usar a Internet (16% em ambos).

ACESSO DOMICILIAR À INTERNET E ACESSO AO COMPUTADOR

Na edição de 2016 da pesquisa TIC Domicílios, foi registrada pela primeira vez uma redução na proporção de domicílios com computador, passando de 50%, em 2015, para 46%, no ano seguinte. Em 2017, essa proporção permaneceu estável, o que representa 32 milhões de domicílios com computadores de mesa, *notebooks* ou *tablets*. Assim como ocorre em relação ao acesso à Internet, existem diferenças na posse desses dispositivos entre os domicílios de diferentes áreas e classes, com a presença de computadores sendo mais frequente quanto maior a classe e menos frequente em áreas rurais. Entre os domicílios localizados em áreas urbanas, metade possuía computador, ao passo que essa proporção foi de apenas 24% entre aqueles em área rurais.

Apesar da estabilidade da presença desses dispositivos nos domicílios em relação a 2016, vem aumentando a proporção daqueles que têm acesso à Internet, mas que não possuem computador (Gráfico 3). Em termos de estimativas populacionais, em 2017, aproximadamente 13,4 milhões de domicílios possuíam apenas Internet, número que representa um acréscimo de cerca de 3,6 milhões de domicílios nessa situação em relação à edição anterior da pesquisa.

GRÁFICO 3
DOMICÍLIOS, POR PRESENÇA DE COMPUTADOR E INTERNET (2014 - 2017)
Total de domicílios (%)

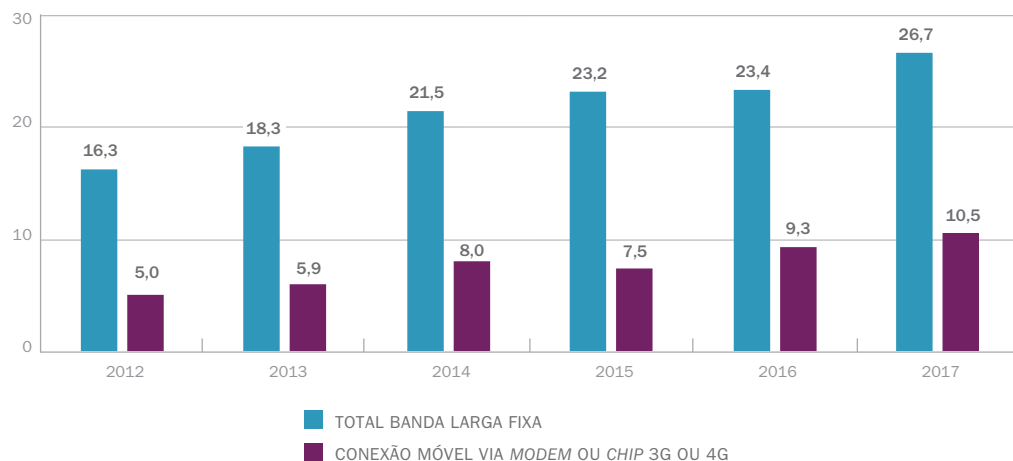


Vale destacar que esse movimento em 2017 ocorreu apenas entre os domicílios de classes C e DE, chegando às proporções de 24% e 23% de domicílios conectados à rede sem um computador, respectivamente, frente a proporções abaixo de 20% entre domicílios de classes C (18%) e DE (17%) em 2016. Esses resultados indicam que a expansão do acesso à Internet entre domicílios de classes mais baixas não vem ocorrendo por meio do uso de computadores, mas principalmente por telefones celulares. Já entre os domicílios de classes altas, foi mais comum a presença tanto de computador quanto de Internet: 98% dos domicílios de classe A e 88% de classe B contavam com ambas as tecnologias em 2017, proporções estáveis quando comparadas aos resultados de 2016.

VELOCIDADE, PREÇO E TIPO DA CONEXÃO, PRESENÇA DE WIFI E COMPARTILHAMENTO DA INTERNET

Entre os domicílios brasileiros com acesso à Internet, 64% tinham como principal tipo de conexão a banda larga fixa e 25% a conexão móvel, resultados estáveis em relação ao ano de 2016. Contudo, apesar dessa estabilidade nos percentuais em relação à série histórica, aumentaram as estimativas de quantidade de domicílios que utilizaram esses tipos de conexão, em especial via *modem* ou *chip* 3G ou 4G, que dobrou nos últimos seis anos (Gráfico 4).

GRÁFICO 4
DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET, POR PRINCIPAL TIPO DE CONEXÃO (2012 - 2017)
Estimativas em milhões de domicílios

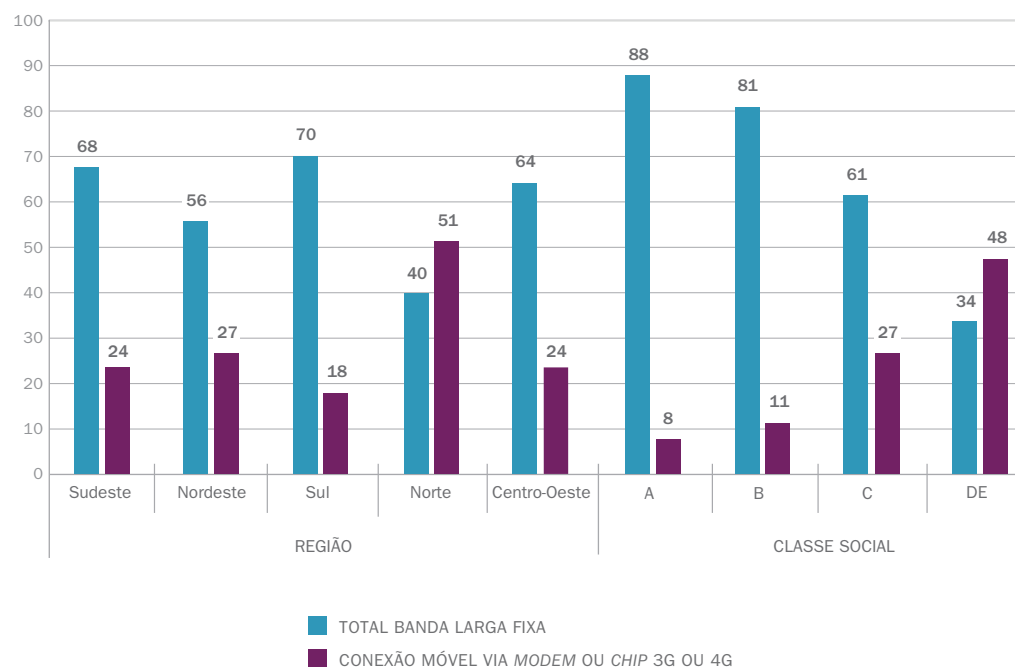


Com relação à velocidade da Internet contratada, dos domicílios com acesso à Internet, 33% utilizaram conexões de banda larga fixa com velocidades de 1 a 10 Mbps e apenas 15% contaram com um acesso com velocidades acima de 10 Mbps.

Considerando tanto o tipo de conexão quanto a velocidade, também é possível identificar padrões no uso dos diferentes tipos de conexão à Internet de acordo com a classe e a região a que pertencem os domicílios. Estavam nas classes DE e nas regiões Norte e Nordeste os maiores percentuais de domicílios com conexões de pior qualidade, com velocidades mais baixas ou conectados por meio de *modem* ou *chip* (Gráfico 5).

GRÁFICO 5

DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET, POR PRINCIPAL TIPO DE CONEXÃO, POR REGIÃO E CLASSE SOCIAL (2017)
Total de domicílios com acesso à Internet (%)



Também estavam nesses segmentos da população os maiores percentuais de domicílios que compartilham o acesso à Internet, fenômeno mais comum nos domicílios de menor renda (28%) e de classes DE (28%) e entre aqueles de área rural (30%) e da região Nordeste (28%).

Quando analisados os valores pagos pelo acesso domiciliar à Internet, 33% dos entrevistados declararam ter desembolsado mais de R\$ 80 mensais, proporção que chegou a 48% entre os domicílios de classe A e a 59% daqueles com renda familiar de mais de dez salários mínimos. Nota-se uma diferença significativa no valor pago pelo acesso à Internet entre os domicílios localizados em áreas rurais e urbanas: enquanto 31% dos domicílios em áreas rurais gastaram até R\$ 40, essa proporção foi de 17% nos localizados em áreas urbanas, onde foi mais frequente o desembolso de mais de R\$ 80 para terem acesso ao serviço (35%).

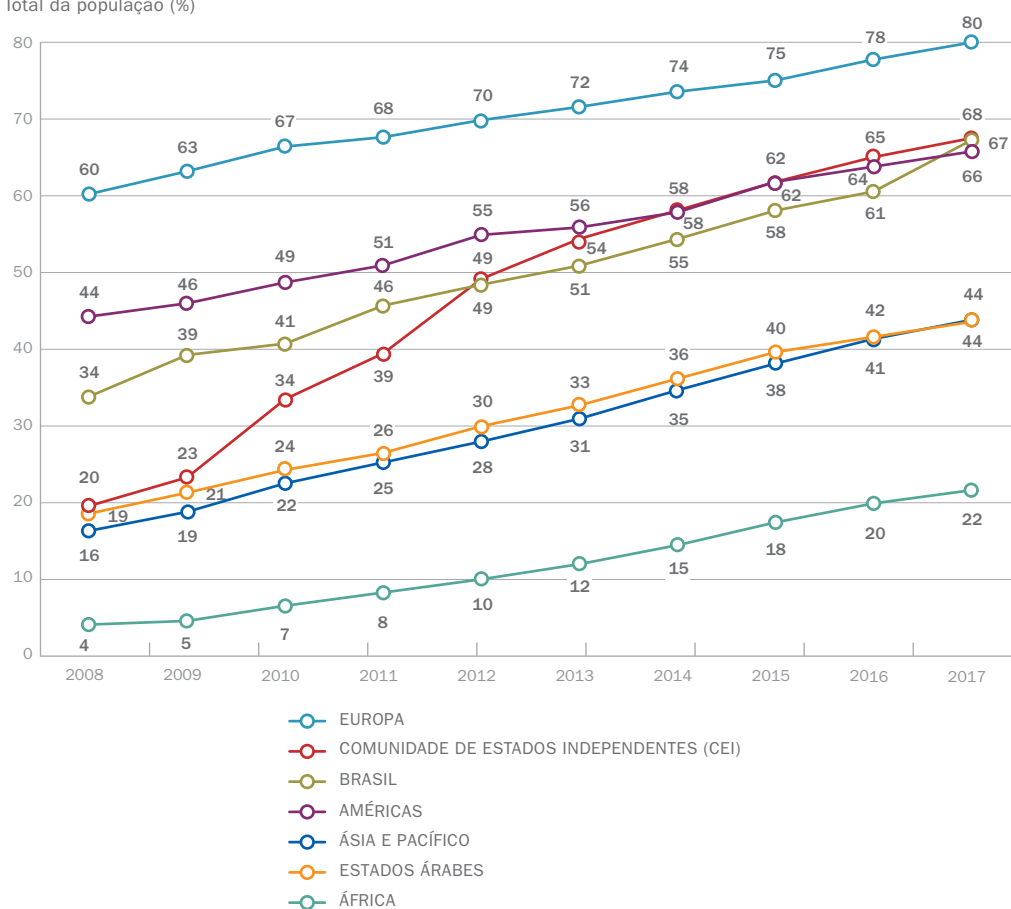
USO DA INTERNET

Ao longo dos dez anos da série histórica da pesquisa TIC Domicílios em áreas urbanas e rurais, dobrou a proporção de usuários de Internet⁶ no Brasil, passando de 34%, em 2008, para 67%, em 2017, o que representa 120,7 milhões de brasileiros com dez anos ou mais.

⁶ De acordo com o *Manual for Measuring ICT Access and Use by Households and Individuals* (UIT, 2014), são considerados "usuários de Internet" os indivíduos que utilizaram a Internet ao menos uma vez nos três meses anteriores à realização da pesquisa.

Ao longo dos últimos anos, vem sendo observado a cada edição um aumento do número de usuários de Internet no país, com uma proporção que aproxima o Brasil das nações da Comunidade de Estados Independentes (CEI)⁷ e de outros países das Américas (Gráfico 6). Apesar desse movimento também estar sendo verificado em todo o mundo, vale destacar que permanecem existindo importantes desigualdades de acesso à Internet entre as diferentes regiões do mundo, especialmente entre os países da Ásia e Pacífico, Estados Árabes e África em comparação com o continente Europeu.

GRÁFICO 6
USUÁRIOS DE INTERNET EM REGIÕES DO MUNDO E NO BRASIL (2008 - 2017)
Total da população (%)



Fonte: União Internacional de Telecomunicações - UIT (dados da média mundial e por país) e Cetic.br (dados do Brasil).

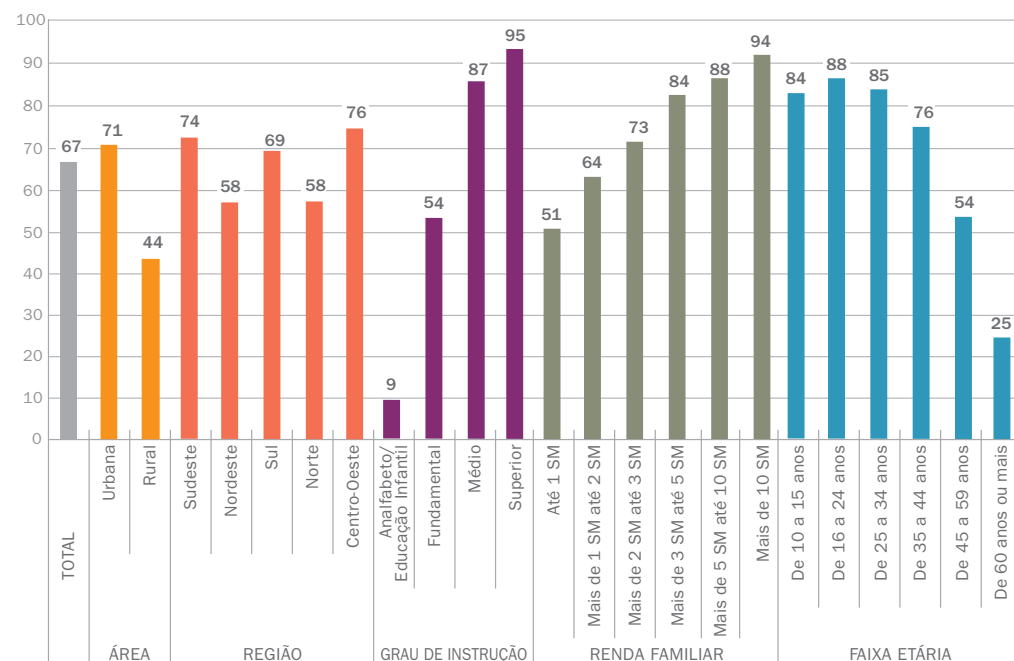
Em relação a 2016, estima-se que houve um acréscimo de aproximadamente 12,8 milhões de usuários de Internet no Brasil, o que representa, em números relativos, um aumento de seis pontos percentuais em um ano. O avanço do número de usuários de Internet, assim como observado no que se refere ao acesso domiciliar, ocorreu principalmente nas classes C e DE.

⁷ A Comunidade de Estados Independentes (CEI) é uma organização supranacional que envolve 11 repúblicas que pertenciam à União Soviética.

Em 2016, 66% dos indivíduos de classe C e 35% daqueles das classes DE utilizaram a Internet, proporções que, em 2017, passaram para 74% e 42%, respectivamente.

Apesar desses avanços no uso da Internet entre a população brasileira, em especial nas classes mais baixas, o acesso à rede ainda se mostra desigual no país. A proporção de usuários de Internet permaneceu inferior nas áreas rurais (44%) e nas regiões Norte e Nordeste (58%). O mesmo ocorreu em termos de condições socioeconômicas: em 2017, ainda era menor a proporção de usuários de Internet entre os indivíduos com baixa renda familiar e com menores níveis de instrução (Gráfico 7). Destaca-se também um padrão diferente de uso da Internet em função da idade. A grande maioria das crianças e adolescentes declarou-se como usuária de Internet, chegando ao percentual de 88% entre os jovens de 16 a 24 anos, ao passo que essa proporção foi de um quarto na população de 60 anos ou mais.

GRÁFICO 7
USUÁRIOS DE INTERNET, POR ÁREA, REGIÃO, GRAU DE INSTRUÇÃO, RENDA FAMILIAR E FAIXA ETÁRIA (2017)
Total da população (%)



Paralelamente ao avanço do número de usuários de Internet no Brasil, diminuiu a proporção daqueles que nunca acessaram a rede: passou de 31% dos indivíduos com dez anos ou mais, em 2016, para 26%, em 2017, o que representa 46,7 milhões de brasileiros que nunca utilizaram a Internet. Analisando a composição desse grupo, observa-se que a maior parte era formada por indivíduos com baixa escolaridade (42 milhões tinham até o Ensino Fundamental). Além disso, cerca de metade deles pertencia às classes DE (27 milhões de pessoas) e tinha idade igual ou superior a 60 anos (21 milhões de pessoas).

Entre os que nunca utilizaram a Internet, também foram investigadas as razões para isso. Os motivos mais citados foram a falta de habilidade com o computador (73%) e a falta de interesse (64%). Quando solicitados a escolherem o principal motivo para não usarem a Internet, as razões mais citadas pelos entrevistados permaneceram sendo a falta de interesse (29%), em especial para aqueles com 60 anos ou mais (34%), e a falta de habilidade com o computador (26%), citada por 31% dos indivíduos de baixa escolaridade (analfabetos ou que completaram apenas a Educação Infantil).

DISPOSITIVOS UTILIZADOS, FREQUÊNCIA E LOCAL DE USO DA INTERNET

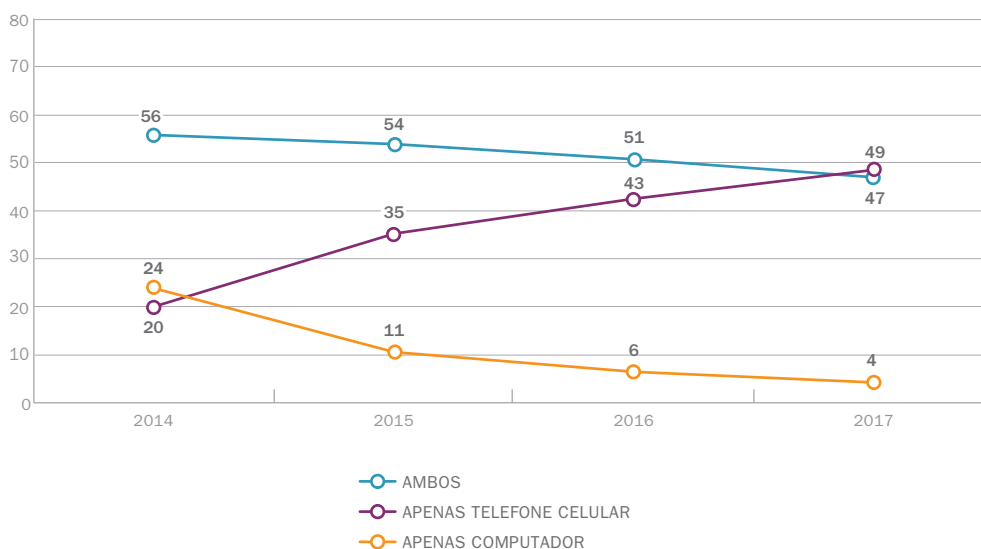
Desde a edição de 2015 da pesquisa TIC Domicílios, o telefone celular tem sido o dispositivo mais utilizado para acessar a Internet entre usuários da rede, enquanto a proporção daqueles que utilizam o computador (seja de mesa, *notebook* ou *tablet*) para se conectar, que era de 80%, em 2014, diminuiu para 51%, em 2017. Em 2017, estimou-se que mais de 115 milhões de brasileiros acessaram a Internet por meio do telefone celular, o que representava 96% dos usuários da rede, proporção que era de 76% em 2014.

Ao longo dos últimos anos, também houve aumento do uso da televisão para o acesso à Internet: em 2014, apenas 7% dos usuários de Internet declaravam ter utilizado a rede por meio desse dispositivo, ao passo que, em 2017, esse percentual chegou a 22%. A televisão também foi um dispositivo utilizado em maior proporção entre os usuários de Internet das classes A (46%) e B (35%), quando comparados àqueles das classes C (19%) e DE (7%).

Esses resultados apontam para um cenário em que os usuários com melhores condições socioeconômicas tinham à disposição uma maior gama de dispositivos para acessar a Internet, ao passo que, nas classes mais baixas, a conectividade era garantida em grande parte apenas por meio do telefone celular.

Segundo os dados da TIC Domicílios 2017, 49% dos usuários de Internet no Brasil acessaram a rede apenas pelo telefone celular, número que, pela primeira vez na série histórica da pesquisa, chegou ao mesmo patamar daqueles que acessaram a Internet tanto pelo computador quanto pelo celular (47%). Em 2014, um quinto dos usuários de Internet se conectava apenas pelo telefone celular, proporção que mais do que duplicou em três anos, representando, em 2017 cerca de 58,8 milhões de brasileiros. Paralelamente a esse movimento, diminuiu o número de usuários que acessam a rede apenas pelo computador (de 24%, em 2014, para 4%, em 2017) e a proporção daqueles que utilizam tanto o computador quanto o celular para se conectar (Gráfico 8).

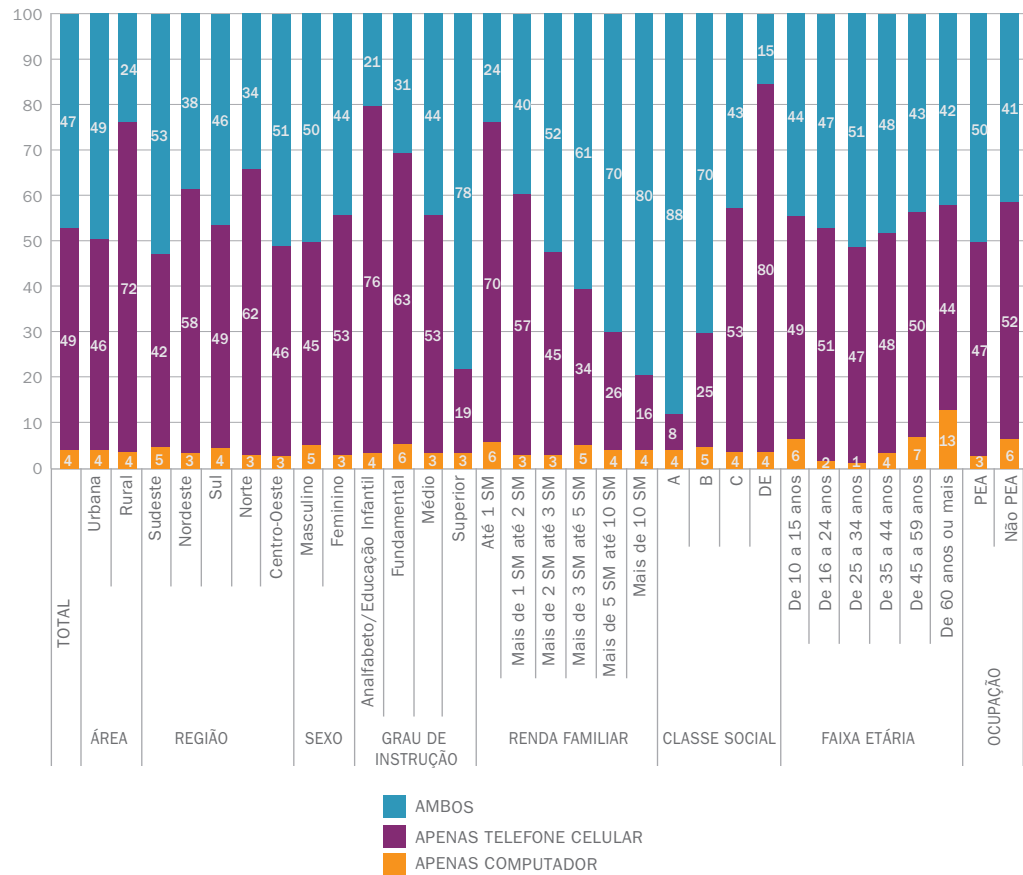
GRÁFICO 8
USUÁRIOS DE INTERNET, POR DISPOSITIVO UTILIZADO DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA (2014 - 2017)
Total de usuários de Internet (%)



O avanço no acesso à Internet exclusivamente por meio do telefone celular ocorreu principalmente entre os usuários de classes mais baixas: em 2016, 46% dos usuários de classe C e 76% dos de classes DE acessavam a rede apenas pelo celular, proporções que chegaram a 53% e 80%, em 2017, respectivamente. Já nas classes A e B, ainda foi majoritária a parcela daqueles que acessaram a Internet por mais de um dispositivo (Gráfico 9).

É possível observar também que o uso exclusivo do telefone celular para acessar a Internet foi maior entre usuários das áreas rurais (72%) e das regiões Norte (62%) e Nordeste (58%). Já nas áreas urbanas e nas demais regiões do país, a maioria dos usuários utilizou tanto o celular quanto o computador para acessar a rede.

GRÁFICO 9
USUÁRIOS DE INTERNET, POR DISPOSITIVO UTILIZADO DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA (2017)
Total de usuários de Internet (%)



Em função do uso cada vez mais generalizado do telefone celular como principal dispositivo para acesso à Internet, verifica-se também que os usuários têm acessado a rede com maior frequência e em uma variedade maior de lugares. Em 2008, a proporção de indivíduos que acessavam a Internet todos os dias ou quase todos os dias era de 53%, proporção que chegou a 87% em 2017.

Observa-se um padrão de uso mais frequente especialmente entre os usuários mais jovens e de classes mais altas. Enquanto 90% dos usuários de 16 a 24 anos utilizaram a Internet todos os dias ou quase todos os dias, a proporção era de 77% entre os indivíduos com 60 anos ou mais. Nas classes A (97%) e B (95%), quase a totalidade dos usuários de Internet acessou a rede todos os dias ou quase todos os dias, ao passo que, nas classes DE, foram 73%.

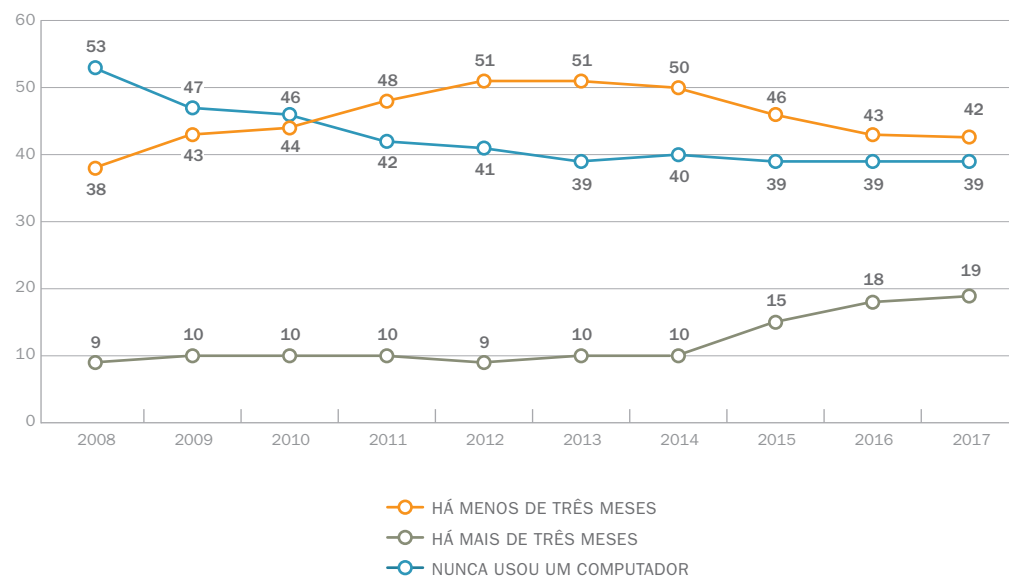
O local de acesso à Internet mais comum segue sendo o domicílio, tanto o próprio (94%) quanto a casa de outras pessoas, como amigo, vizinho ou familiar (62%). Em função do uso cada vez mais frequente do telefone celular para se conectar, o acesso à rede durante deslocamento, como por exemplo, na rua, no ônibus, no metrô ou no carro, também tem sido cada vez mais frequente: em 2009, apenas 3% dos usuários utilizavam a rede dessa maneira, proporção que chegou a 48% em 2017.

Apesar do uso crescente da Internet em deslocamento, esse foi um fenômeno muito mais comum entre os usuários da classe A (76%) e com renda familiar de mais de dez salários mínimos (70%). Provavelmente em função dos custos dos pacotes de dados para acesso à Internet por meio do telefone celular, o uso da rede enquanto se deslocam foi menos frequente entre os usuários de classes DE (36%) e com renda familiar de até um salário mínimo (31%), apesar de serem estes os segmentos da população em que o uso de Internet foi mais frequentemente realizado apenas no telefone celular.

Refletindo esse uso cada vez mais frequente do telefone celular para acessar a Internet, o número de usuários de computador vem diminuindo ao longo da série histórica da TIC Domicílios (Gráfico 10). Em 2017, 42% dos indivíduos com dez anos ou mais eram usuários de computador, o que, segundo o estudo, significa que utilizaram computador de mesa, *notebook* ou *tablet* nos três meses anteriores à realização da pesquisa. Essa proporção vem decrescendo desde 2014, especialmente entre os indivíduos de 16 a 24 anos de idade, parcela da população que também vem aderindo cada vez mais ao uso do telefone celular. Em 2014, 71% dos jovens nessa faixa etária eram usuários de computador, ao passo que, em 2017, a proporção foi de 55%. Ao mesmo tempo, nos últimos anos, aumentou a proporção daqueles que utilizaram o computador em um período superior a três meses antes da pesquisa, o que indica também a gradativa redução do uso desse dispositivo.

Apesar da tendência de redução no uso do computador, a parcela da população mais escolarizada e com maior renda continuou tendo à sua disposição esse tipo de dispositivo, que foi utilizado de forma combinada com outras tecnologias, como o telefone celular. Em 2017, a maior parte dos indivíduos com Ensino Superior e de classes mais altas era usuária de computador, enquanto a maioria dos indivíduos com até Ensino Fundamental, com renda familiar e de classe mais baixas nunca chegou a utilizar esse dispositivo.

GRÁFICO 10
INDIVÍDUOS QUE USARAM UM COMPUTADOR, POR ÚLTIMO ACESSO (2008 - 2017)
Total da população (%)



TELEFONE CELULAR

POSSE E USO DE TELEFONE CELULAR

Em 2017, 156,8 milhões de brasileiros eram usuários de telefone celular, ou seja, utilizaram o dispositivo nos três meses anteriores à realização da pesquisa. Esse número equivale a 88% da população com dez anos ou mais, proporção que se mantém inalterada desde 2015. Vale destacar que, diferentemente de outros indicadores da pesquisa, o uso do telefone celular é bastante frequente entre os diferentes segmentos sociais. São menores as diferenças verificadas entre as classes socioeconômicas, diferentemente do observado para o uso de outros dispositivos e tecnologias pesquisados pela TIC Domicílios – 98% dos indivíduos de classe A eram usuários de celular, proporção que foi de 91% entre aqueles de classe C e 76% nos de classe DE.

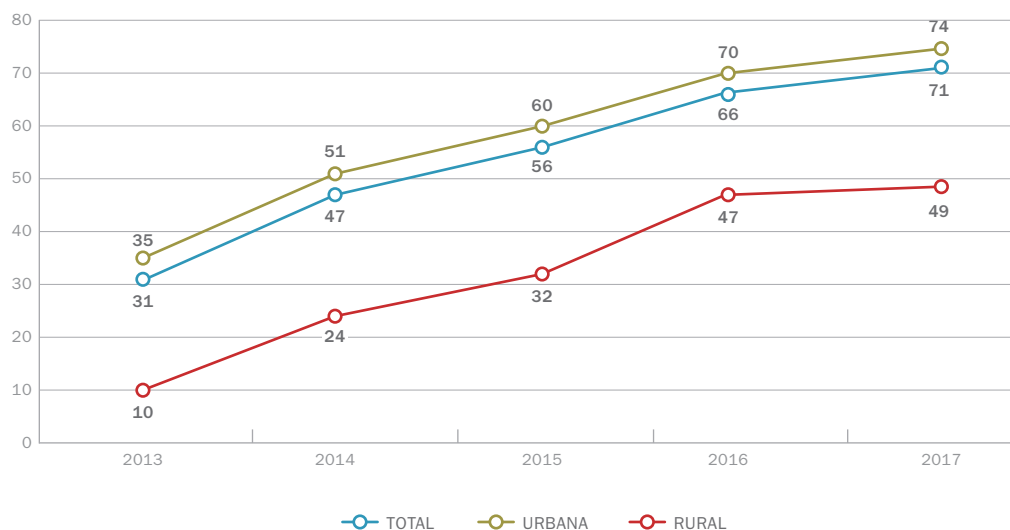
Quando se trata da posse de telefone celular, a diferença entre as classes volta a ser maior: em 2017, enquanto 68% dos indivíduos de classes DE possuíam um aparelho celular, essa proporção chegou a 97% entre aqueles de classe A. No total da população, 148,6 milhões de brasileiros possuíam um aparelho celular em 2017, o que representa 83% dos indivíduos com dez anos ou mais.

Mesmo com a estabilidade dos indicadores de posse e uso de celular em patamares altos, o tipo de uso que se faz do dispositivo vem apresentando mudanças. Apesar de a realização de chamadas telefônicas ainda ter sido a atividade mais citada (93%), ela vem sofrendo uma variação negativa desde 2014, quando era realizada por 97% dos usuários de telefone celular. Por outro lado, tirar fotos e mandar mensagens são atividades que vêm apresentando uma tendência de crescimento nos últimos anos. Em 2014, 62% dos usuários de celular declararam ter tirado fotos e 47% disseram ter enviado mensagens pelo dispositivo, proporções que chegaram a 75% e 73% em 2017, respectivamente. Ambas as atividades foram ainda mais frequentes entre os mais jovens e os com maior nível de instrução. Tirar fotos, por exemplo, foi uma atividade realizada por 93% dos usuários de celular com Ensino Superior e por 91% dos indivíduos com 16 a 24 anos. Já entre aqueles com instrução até a Educação Infantil (25%) e indivíduos com 60 anos ou mais (37%), o uso do telefone celular para essa atividade foi bem menos frequente.

USO DA INTERNET NO TELEFONE CELULAR

Seguindo a tendência de expansão do uso da Internet por meio do telefone celular, a TIC Domicílios estima que o país contava com 126,7 milhões de brasileiros conectados à Internet por meio desse dispositivo em 2017, o que representava 71% da população com dez anos ou mais. Desde 2013 essa proporção mais que dobrou, expansão que foi ainda mais significativa entre usuários das áreas rurais, apesar da permanência da diferença em relação às áreas urbanas (Gráfico 11).

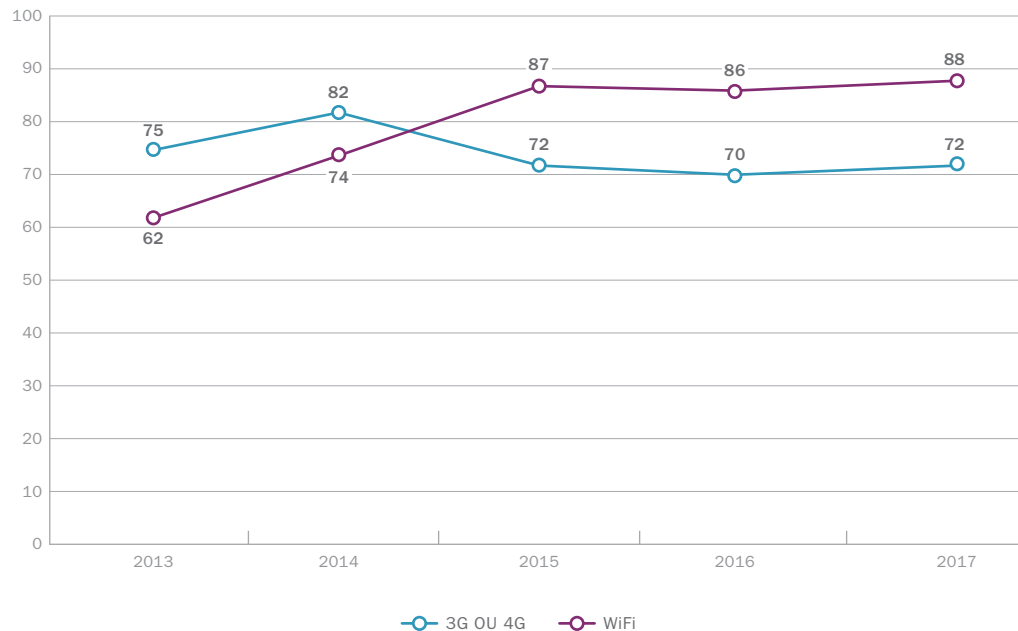
GRÁFICO 11
INDIVÍDUOS QUE USARAM A INTERNET NO TELEFONE CELULAR NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES, POR ÁREA (2013 - 2017)
Total da população (%)



O aumento que se observa na proporção de usuários de Internet pelo celular se deu principalmente entre os brasileiros de classe C: em 2016, 71% deles eram usuários da rede pelo celular, percentual que chegou a 77% em 2017. Já nas demais classes, as proporções permaneceram estáveis entre os dois anos. Vale ressaltar, no entanto, que, apesar da expansão do uso da Internet no celular entre indivíduos de classe C, aqueles de classes A (96%) e B (89%) permaneceram sendo os que mais utilizaram o dispositivo para se conectarem, em contraposição aos indivíduos das classes DE, entre os quais menos da metade (48%) eram usuários de Internet por celular.

Para se conectarem à Internet por meio do telefone celular, 88% dos usuários utilizaram o WiFi e 72% a rede 3G ou 4G, proporções que permanecem estáveis desde 2015, quando o WiFi passou a ser o tipo de conexão mais utilizada pelos usuários de Internet no celular (Gráfico 12).

GRÁFICO 12
USUÁRIOS DE INTERNET PELO TELEFONE CELULAR, POR TIPO DE CONEXÃO UTILIZADA NO CELULAR (2013 - 2017)
Total de usuários de Internet pelo telefone celular (%)



Analisando o uso desses dois tipos de conexão, observa-se que as redes 3G ou 4G foram mais utilizadas por indivíduos com maior renda familiar e aqueles de classes sociais mais altas, ao passo que o uso do WiFi apresentou diferenças menores entre as diferentes classes e faixas de renda familiar. O WiFi foi utilizado por 83% dos indivíduos com renda familiar de até um salário mínimo e por 96% daqueles com renda familiar de mais de dez salários mínimos. Já a conexão à Internet por meio das redes 3G ou 4G foi utilizada, respectivamente, por 61% e 93% desses indivíduos.

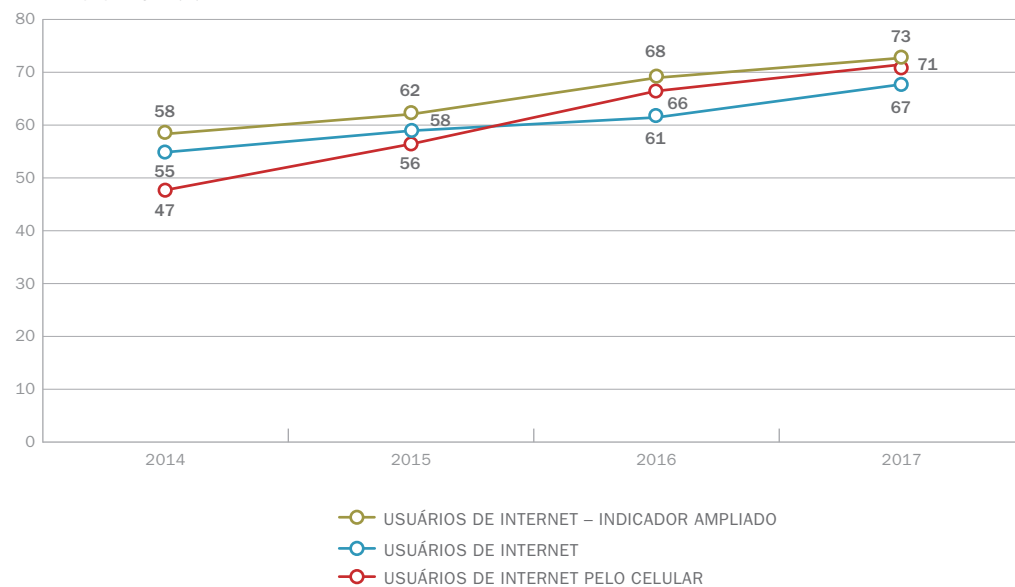
Além disso, os resultados da pesquisa apontam que a grande maioria dos indivíduos com maior poder aquisitivo contavam com ambas as formas de conexão, ao passo que, entre aqueles de classes mais baixas, foi mais frequente o uso exclusivo do WiFi. Entre os indivíduos de classe A, por exemplo, 87% utilizaram ambos os tipos de conexão para acessar a Internet pelo celular, sendo pequena a parcela daqueles que se conectaram apenas pelo WiFi (10%). Já entre os indivíduos das classes DE, 31% se conectaram exclusivamente pelo WiFi e 43% por ambos os tipos de conexão.

USO DA INTERNET EM DIMENSÃO AMPLIADA

A partir da edição de 2016, a pesquisa TIC Domicílios passou a divulgar um indicador adicional de uso individual da Internet, o "Usuários de Internet – Indicador ampliado". Ele agrega as respostas dadas a dois indicadores que são aplicados desde a primeira edição da pesquisa: o de referência de "Usuários de Internet" recomendado pela UIT (UIT, 2014) e o indicador que foi desenvolvido localmente de "Usuários de Internet pelo telefone celular".

Conforme os resultados da TIC Domicílios, o acesso à Internet por meio do telefone celular vem sendo cada mais frequente, em especial entre as camadas mais vulneráveis da população, com menor escolaridade e renda familiar, e entre aqueles com idade mais avançada e residentes nas áreas rurais do país. No entanto, esse avanço nem sempre foi captado na mesma intensidade por meio do indicador de referência da UIT. Em 2016, a proporção de usuários de Internet pelo telefone celular ultrapassou a proporção de usuários de Internet, considerando o indicador de "Usuários de Internet" conforme o manual da UIT – e essa diferença voltou a ser observada em 2017 (Gráfico 13).

GRÁFICO 13
USUÁRIOS DE INTERNET – INDICADOR AMPLIADO (2014 – 2017)
Total da população (%)



Essa diferença entre os indicadores pode ser explicada tanto pelas características do método de coleta de dados utilizado quanto por possíveis dificuldades que determinados segmentos têm para identificar que estão utilizando a Internet, sobretudo em aplicativos no celular.

Para dar conta dessas limitações, foi elaborado o indicador ampliado de usuários de Internet, considerando os dois indicadores já existentes de uso da Internet pelos indivíduos, bem como o uso de aplicativos que necessitam de conexão, como os de redes sociais, de mensagens instantâneas, etc. Dessa forma, é possível ter um recorte mais preciso do fenômeno do acesso à Internet no Brasil, sem que seja necessário interromper a série histórica dos indicadores já existentes, em especial aquele que usa a referência internacional e permite comparações com outros países que também seguem o *Manual for Measuring ICT Access and Use by Households and Individuals* (UIT, 2014).

Comparando os resultados obtidos em 2017 do indicador de "Usuários de Internet" da UIT com os do "Usuários de Internet – indicador ampliado" (Tabela 1), verifica-se, de modo geral, que as diferenças entre eles ocorreram principalmente entre os indivíduos com menor escolaridade, renda familiar e de classes mais baixas.

TABELA 1
COMPARAÇÃO ENTRE OS INDICADORES "USUÁRIOS DE INTERNET" E "USUÁRIOS DE INTERNET - INDICADOR AMPLIADO" (2017)
Total da população (%)

(%)		Usuários de Internet	Usuários de Internet - Indicador ampliado
TOTAL		67	73
Área	Urbana	71	76
	Rural	44	50
Região	Sudeste	74	78
	Nordeste	58	64
	Sul	69	74
	Norte	58	64
	Centro-Oeste	76	79
Sexo	Masculino	68	73
	Feminino	67	72
Grau de instrução	Analfabeto / Educação Infantil	9	14
	Fundamental	54	61
	Médio	87	92
	Superior	95	97
Faixa etária	De 10 a 15 anos	84	89
	De 16 a 24 anos	88	94
	De 25 a 34 anos	85	90
	De 35 a 44 anos	76	81
	De 45 a 59 anos	54	60
	De 60 anos ou mais	25	29
Renda familiar	Até 1 SM	51	58
	Mais de 1 SM até 2 SM	64	70
	Mais de 2 SM até 3 SM	73	79
	Mais de 3 SM até 5 SM	84	87
	Mais de 5 SM até 10 SM	88	90
	Mais de 10 SM	94	96
	Não tem renda	54	58
	Não sabe	66	71
	Não respondeu	75	79
Classe social	A	96	98
	B	89	92
	C	74	78
	DE	42	49
Condição de atividade	PEA	73	78
	Não PEA	60	64

ATIVIDADES NA INTERNET

Os dados da edição de 2017 da pesquisa TIC Domicílios mostram que as atividades de comunicação ainda são as mais realizadas pelos usuários de Internet brasileiros. Apesar de bastante difundidas entre diferentes segmentos socioeconômicos da população, elas também apresentaram um padrão de uso mais frequente entre usuários de Internet de classes mais altas. Como muitas das atividades pesquisadas envolvem o uso de aplicativos de celular, esse padrão pode estar relacionado ao fato de algumas delas demandarem mais dos pacotes de dados para acesso à Internet e, conseqüentemente, maior desembolso para conexão.

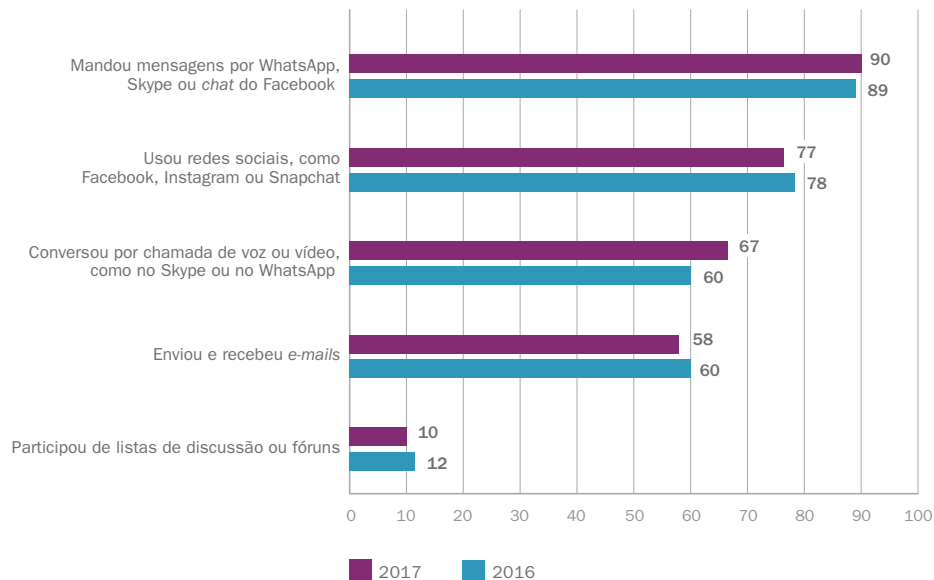
Nesta edição, 90% dos usuários de Internet declararam ter enviado mensagens por WhatsApp, Skype ou *chat* do Facebook. Embora essa proporção esteja estável em relação a 2016 (Gráfico 14), a realização dessa atividade apresentou um aumento significativo nos últimos cinco anos: em 2013, 74% dos usuários de Internet a realizavam. Outra atividade de comunicação, o uso de redes sociais, foi mencionada por três a cada quatro usuários de Internet (77%), proporção que permaneceu estável ao longo dos últimos anos.

Ambas as atividades continuaram sendo mais reportadas pelos usuários mais jovens, principalmente aqueles na faixa etária de 16 a 24 anos, e entre os usuários de classes mais altas. No entanto, as diferenças dos resultados em função da idade e classe dos usuários foram menores para o envio de mensagens por WhatsApp, Skype ou *chat* do Facebook do que para o uso de redes sociais, o que aponta para o uso cada vez mais frequente de aplicativos de mensagens para comunicação pela Internet.

Nesta edição da pesquisa, se destaca também a proporção de usuários que conversaram por chamadas de voz ou vídeo, como no Skype ou WhatsApp, que passou de 60%, em 2016, para 67%, em 2017.

O envio e recebimento de *e-mails*, a quarta atividade de comunicação mais citada pelos usuários de Internet brasileiros (58%), foi mais comum entre os usuários da população economicamente ativa (65%) e entre os mais escolarizados (87%).

GRÁFICO 14
USUÁRIOS DE INTERNET, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – COMUNICAÇÃO (2016 – 2017)
Total de usuários de Internet (%)



No que diz respeito às atividades voltadas para busca de informação, os indicadores se mantiveram estáveis em relação à 2016, sendo mais frequentes a busca de informações sobre produtos e serviços (57%) e relacionadas à saúde ou serviços de saúde (44%). O mesmo aconteceu com os indicadores referentes a atividades de educação e trabalho, com destaque para proporção de usuários que realizaram atividades ou pesquisas escolares pela Internet nos três meses anteriores ao estudo (44%). Vale mencionar que os indicadores de ambas as categorias de atividades apresentaram variação conforme o grau de instrução dos usuários, sendo realizadas em maiores proporções por aqueles com maior escolaridade.

GOVERNO ELETRÔNICO

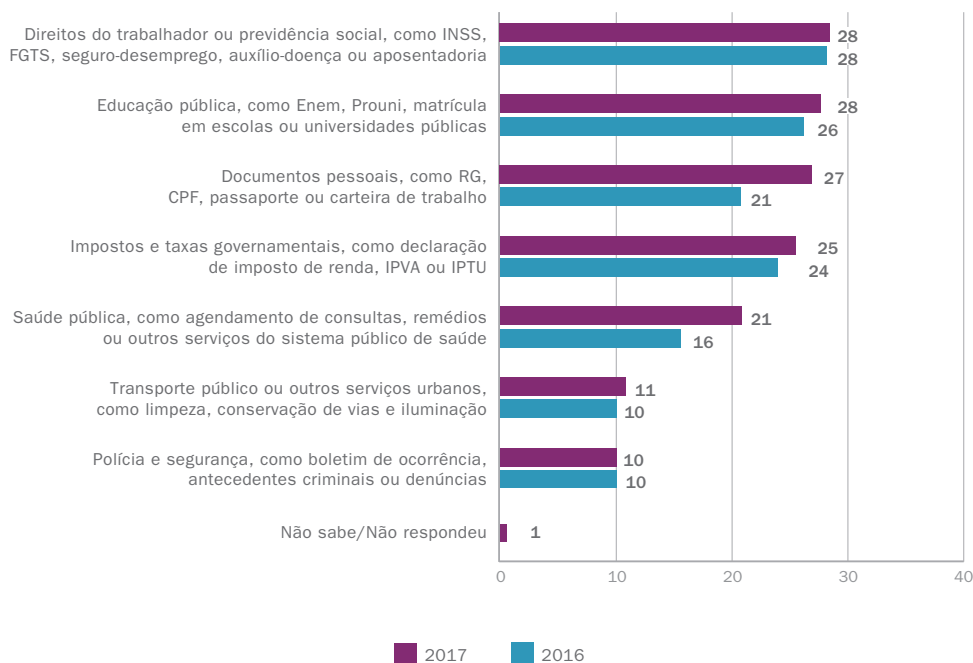
A pesquisa também investiga a realização de serviços de governo pela Internet. Iniciativas de governo eletrônico têm avançado em todo o mundo, tanto do ponto de vista da coleta e organização de informações para a gestão das ações do governo e das políticas públicas, quanto na oferta de serviços públicos ao cidadão, independente da sua localização, sem que seja necessário que ele se desloque até um órgão público, ou como forma de adiantar etapas do serviço antes de se deslocar ao local onde o serviço é prestado. O Brasil vem tentando seguir o mesmo caminho, com ações de diferentes instâncias do governo. Na esfera federal, há metas definidas na Estratégia de Governança Digital (EGD)⁸, nas áreas de acesso à informação, prestação de serviços e participação social.

⁸ Mais informações no *website* Governo Digital. Recuperado em 10 agosto, 2018, de <https://www.governodigital.gov.br/sobre-o-programa/historico>

De acordo com os resultados da TIC Domicílios, no entanto, o Brasil ainda tem um longo caminho a percorrer no desenvolvimento da oferta e do uso do governo eletrônico no país. Em 2017, 64% dos usuários de Internet com 16 anos ou mais utilizaram algum serviço de governo eletrônico nos 12 meses anteriores à realização da pesquisa, resultado que representa uma estimativa de 66,7 milhões de brasileiros. Apesar da estabilidade nessa proporção em relação a 2016 (61%), desde 2014 esse percentual vem apresentando uma tendência de crescimento – naquele ano, 50% dos usuários de Internet com 16 anos ou mais haviam utilizado algum serviço de governo eletrônico. Assim como ocorre em outros indicadores da TIC Domicílios, o uso da Internet para buscar informações ou realizar serviços públicos foi mais frequente entre usuários mais escolarizados e de classes mais altas. Além disso, vale destacar que a população economicamente ativa (69%) e residente em áreas urbanas (66%) também utilizou com mais frequência serviços desse tipo do que os não economicamente ativos (52%) e residentes em áreas rurais (44%).

As atividades mais frequentemente realizadas nesse sentido foram as que dizem respeito a serviços relacionados aos direitos do trabalhador ou previdência social, educação pública e documentos pessoais (Gráfico 15). Este último, bem como os serviços de saúde pública, foram os que apresentaram maior variação positiva em relação a 2016. Já as demais atividades permaneceram em patamares próximos aos verificados na edição anterior da pesquisa.

GRÁFICO 15
USUÁRIOS DE INTERNET, POR TIPO DE INFORMAÇÕES REFERENTES A SERVIÇOS PÚBLICOS PROCURADOS OU SERVIÇOS PÚBLICOS REALIZADOS (2016 – 2017)
Total de usuários de Internet com 16 anos ou mais (%)



Embora cerca de seis em cada dez brasileiros tenham declarado ter realizado algum serviço de governo eletrônico no período de referência do estudo, para a maior parte das atividades de governo eletrônico pesquisadas, os usuários apenas buscaram informações na Internet, sendo

pequena a parcela daqueles que realizaram parte ou todo o serviço na Internet, sem precisar ir até um posto para finalizar o atendimento. Os serviços relacionados aos direitos do trabalhador (16%) e educação pública (15%) foram aqueles que apresentaram maior percentual de usuários que apenas buscaram informações na Internet. No caso de documentos pessoais, 11% dos usuários de Internet com 16 anos ou mais declararam ter realizado parte do serviço pela Internet, mas que precisaram ir a um posto para concluí-lo. Já serviços relacionados a impostos e taxas governamentais foram aqueles que menos demandaram dos cidadãos deslocamento a um posto de atendimento, uma vez que 25% dos usuários de Internet declararam ter realizado esses tipos de serviço e 10% conseguiram realizá-los totalmente pela rede.

Entre os usuários de Internet com 16 anos ou mais que não realizaram nenhuma das atividades de busca de informações ou não realizaram nenhum dos serviços públicos investigados, 67% declararam que o motivo para isso era que preferiam fazer o contato pessoalmente e 59% afirmaram que não tiveram necessidade de buscar informações ou de realizar serviços públicos. Vale destacar, no entanto, que aproximadamente metade (51%) dos usuários de Internet com 16 anos ou mais alegou que não realizou atividades de governo eletrônico porque considera complicado usar a rede para o contato com o governo e outros 25% mencionaram que acham difícil encontrar os serviços que precisam na Internet.

Para isso, é importante que sejam adotadas iniciativas que desenvolvam o uso das TIC nos órgãos de governo, de modo que eles possam disponibilizar mais serviços aos cidadãos pela Internet. Exemplos de iniciativas nesse sentido são o desenvolvimento do Portal do Software Público Brasileiro⁹, plataforma que visa disponibilizar, compartilhar e desenvolver projetos de *software* públicos que atendam a necessidades de modernização da administração pública brasileira, e o Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão (e-SIC Livre), disponibilizado para *download* a todos os órgãos ou entidades públicas do país e voltado à gestão de pedidos de acesso à informação, permitindo que os cidadãos se cadastrem, façam pedidos e acompanhem os prazos e respostas pela Internet.

Por fim, também foi abordado entre os usuários de Internet com 16 anos ou mais o uso da rede para atividades de participação e comunicação com o governo. De forma semelhante ao que vinha sendo observado nas edições anteriores da pesquisa, uma pequena parcela dos usuários declarou ter entrado em contato com o governo ou instituições públicas, seja por meio de perfis em redes sociais (7%), *e-mail* (6%) ou *site* (6%) – apesar de a grande maioria dos órgãos públicos disponibilizar as três formas de contato à população, de acordo com a pesquisa TIC Governo Eletrônico 2017.¹⁰

As atividades de participação *on-line* também foram realizadas por menos de 10% dos usuários de Internet, como atuação em votações ou enquetes (7%) e o envio de sugestões ou opiniões em fóruns ou consultas públicas de *sites* de governo (6%). Diferentemente dos meios de contato com o cidadão pela Internet, que foram amplamente oferecidos pelos órgãos públicos, as formas de participação ainda foram pouco ofertadas. Em 2017, a TIC Governo Eletrônico

⁹ Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 10 agosto, 2018, de <https://softwarepublico.gov.br/social/>

¹⁰ De acordo com a TIC Governo Eletrônico 2017, 93% das prefeituras têm *sites*, proporção que chega a 100% entre órgãos federais e 89% entre os estaduais. Já um endereço de *e-mail* é disponibilizado por 98% dos órgãos federais que possuem *website*, 95% dos estaduais e 93% das prefeituras. Além disso, as redes sociais são disponibilizadas por 93% dos órgãos federais, 75% dos estaduais e 75% das prefeituras. Recuperado em 10 agosto, 2018 de <https://cetic.br/pesquisa/governo-eletronico/indicadores>

apontou que a forma mais frequentemente oferecida pelas instituições de governo foram as consultas públicas *on-line*, disponibilizadas por apenas 40% dos órgãos federais, 16% dos estaduais e 17% das prefeituras.

ATIVIDADES CULTURAIS NA INTERNET

A investigação das atividades realizadas na Internet pela pesquisa TIC Domicílios considera, historicamente, indicadores sobre atividades multimídia e de *downloads*, criação e compartilhamento de conteúdos. Com o objetivo de aprofundar alguns desses tópicos e ampliar o escopo da análise sobre o acesso e a disseminação de conteúdos na Internet por parte da população acima de dez anos residente no país, a edição de 2017 da pesquisa incluiu, pela primeira vez, um módulo específico sobre atividades culturais.

O módulo traz um levantamento quantitativo sobre algumas das questões investigadas no estudo qualitativo Cultura e Tecnologias no Brasil (CGI.br, 2017a), introduzindo indicadores sobre três dimensões das práticas culturais da população brasileira na rede¹¹. Em primeiro lugar, ele detalha as atividades anteriormente já investigadas na pesquisa, e que se apresentam, tanto na série histórica da TIC Domicílios quanto nos resultados do estudo qualitativo, como as principais atividades culturais realizadas pelos brasileiros na Internet: assistir a vídeos e ouvir músicas. Além disso, o módulo também levanta dados sobre a criação e a postagem de conteúdos *on-line* pela população considerada na pesquisa. Por fim, investiga como a Internet é usada como meio de acesso a informações sobre atividades culturais que ocorrem presencialmente.

Cabe ressaltar que os indicadores do módulo de atividades culturais enfocam os hábitos de consumo e produção cultural na Internet e a busca de informações na rede sobre atividades culturais *off-line*. A pesquisa investiga, portanto, o papel da Internet como mediadora no acesso à cultura e no fazer cultural, mas não permite inferir diretamente os efeitos das práticas *on-line* sobre as atividades presenciais de modo mais amplo. Ainda assim, os indicadores aqui apresentados, em conjunto com outros estudos feitos no Brasil e em outros países (CGI.br, 2017a; Leiva, 2018; Sistema de Información Cultural de la Argentina [Sinca], 2018), podem oferecer subsídios relevantes ao debate sobre o papel da Internet no estímulo e/ou substituição dos hábitos culturais tradicionais.

¹¹ As dimensões e os indicadores do módulo de atividades culturais foram discutidos em conjunto com especialistas e pesquisadores presentes no seminário Práticas Culturais e as Novas Tecnologias: Desafios para Produção de Indicadores, realizado no Centro de Pesquisa e Formação do Serviço Social do Comércio (Sesc) com apoio do Cetic.br. Mais informações no *website* do Centro de Pesquisa e Formação do Sesc. Recuperado em 10 agosto, 2018, de <http://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br/atividade/praticas-culturais-e-as-novas-tecnologias-desafios-para-producao-de-indicadores>

ACESSO A CONTEÚDOS CULTURAIS PELA INTERNET

Entre as atividades culturais realizadas diretamente na rede, as mais difundidas entre os usuários de Internet brasileiros foram assistir a vídeos, programas, filmes ou séries e ouvir músicas pela Internet, ambas realizadas por 71% deles em 2017. Já a leitura de jornais, revistas ou notícias pela Internet foi citada por pouco mais da metade dos usuários (55%), enquanto a prática de jogar *on-line*, por cerca de um terço deles (34%) e a de ver exposições ou museus pela Internet – atividade levantada pela primeira vez nesta edição –, por apenas um em cada dez usuários de Internet brasileiros (11%).

Tais resultados revelam que as práticas audiovisuais foram as mais impactadas pelo uso das TIC e tiveram a maior frequência entre os usuários de Internet, tendo apresentado crescimento nos últimos anos (em 2014, os percentuais eram de 58% para assistir a vídeos pela Internet e de 57% para ouvir músicas). Além disso, as práticas *on-line* refletiram de alguma maneira alguns dos padrões já estabelecidos nas práticas *off-line*, sendo os hábitos de leitura e de ir a exposições e museus também mais restritos fora da Internet (CGI.br, 2017a; Leiva, 2018). Tal cenário pode estar relacionado ainda à oferta desses conteúdos na rede – no caso dos museus brasileiros, por exemplo, a pesquisa TIC Cultura 2016 (CGI.br, 2017b) apontou que cerca de um terço deles possuía *website* próprio (35%) e apenas cerca de um em cada dez oferecia o recurso de visita virtual (13%) e disponibilizava acervo digitalizado (9%) no *site* da instituição.

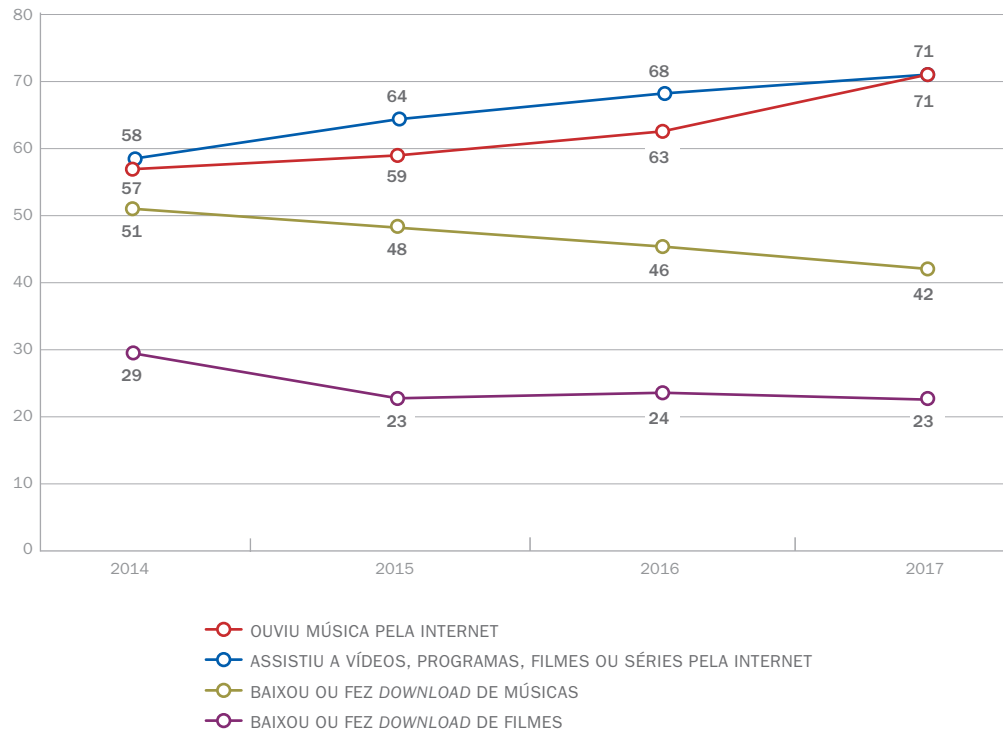
Com relação às práticas audiovisuais, os indicadores permitem comparar o consumo de vídeos e músicas *on-line* e o *download* desses mesmos tipos de conteúdo. Nesse aspecto, a série histórica da pesquisa demonstra uma mudança na forma de acesso aos conteúdos, com os serviços de *streaming* apresentando tendência de crescimento, enquanto as atividades de *download* se mostram estáveis ou com tendência de decréscimo (Gráfico 16).

Isso indica que, em vez de constituírem acervos próprios por meio da posse dos bens culturais obtidos via *download*, os usuários de Internet têm optado cada vez mais por ter acesso a esses bens mediante a conexão direta a determinadas plataformas que disponibilizam conteúdos *on-line*. Se, por um lado, essa tendência prescinde de grandes espaços de armazenamento e memória nos dispositivos, por outro, demanda maior qualidade na conexão. Para além das questões de infraestrutura, tal tendência representa uma maior concentração do consumo cultural *on-line* e amplia o peso das grandes plataformas – a exemplo de YouTube e Netflix –, trazendo questões acerca de seus modelos de negócio, da diversidade dos conteúdos disponíveis e do impacto dos algoritmos utilizados nessas plataformas na definição das práticas culturais pela Internet.

GRÁFICO 16

USUÁRIOS DE INTERNET, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET - MULTIMÍDIA (2014 - 2017)

Total de usuários de Internet (%)



Partindo desses indicadores já existentes e a fim de aprofundar a análise sobre os hábitos de assistir a vídeos e ouvir músicas pela Internet, os mais realizados pelos usuários brasileiros, o módulo de cultura da pesquisa explorou, em especial, a frequência de realização dessas atividades, o pagamento para acesso e a origem dos conteúdos acessados.¹²

Tendo em vista a reflexão mais ampla sobre hábitos culturais da população, bem como tomando por base outras pesquisas do campo da cultura, os percentuais desse módulo são apresentados em relação ao total da população considerada no estudo, e não em relação à base de usuários de Internet. Assim, considerando os indicadores apresentados anteriormente recalculados, verifica-se que metade da população acima de dez anos residente no país ouviu música e assistiu a vídeos, programas, filmes ou séries pela Internet nos três meses anteriores à pesquisa, enquanto 29% baixaram ou fizeram *download* de músicas, 16% de filmes e 10% de séries.

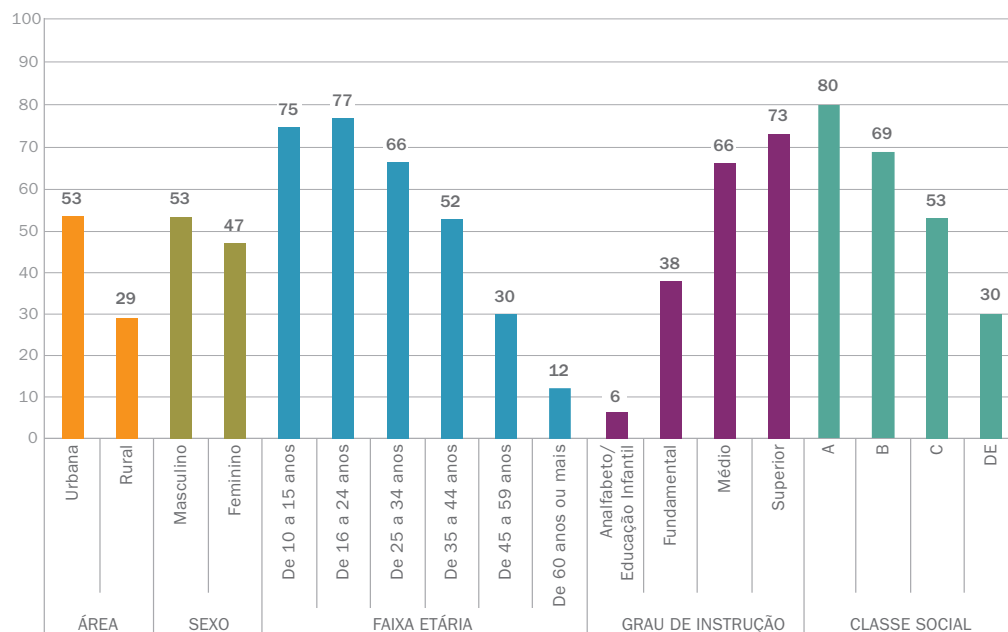
Tais atividades foram, em geral, mais realizadas quanto mais alta a classe e o grau de instrução dos indivíduos, em conformidade com o que aponta a literatura sobre hábitos culturais,

¹² Especificamente sobre vídeos, as questões sobre frequência, pagamento e origem dos conteúdos foram aplicadas apenas para as categorias de filmes e séries. O estudo analisa de modo geral, no entanto, os tipos de vídeos assistidos na rede nos três meses que antecederam a pesquisa: enquanto 34% afirmaram ter visto filmes, 25% assistiram a séries e 18% a programas de TV pela Internet. O tipo de conteúdo mais visto pela população brasileira, contudo, foram outros vídeos, que incluem vídeos diversos em plataformas como o YouTube, Facebook e WhatsApp, mencionados por quase metade da população (47%).

considerando os processos de formação de gosto e acúmulo de capital cultural (Bourdieu, 2007; Bourdieu & Darbel, 2007). Também nesse sentido e refletindo ainda o maior uso da Internet, as atividades culturais *on-line* foram menos realizadas à medida que aumenta a idade dos entrevistados e apresentaram proporções um pouco maiores entre homens do que entre mulheres.

Os resultados para o hábito de ouvir música pela Internet exemplificam esse padrão¹³, além de evidenciarem a diferença de patamar entre residentes nas áreas urbanas e rurais, revelando desigualdades em termos de infraestrutura e conexão (Gráfico 17). Assim, ainda que a Internet venha contribuindo para a ampliação do acesso à cultura para além dos eventos e equipamentos culturais (CGI.br, 2017a), tais resultados indicam que, em se tratando da fruição de conteúdos *on-line*, somam-se às variáveis tradicionalmente consideradas pelos estudos sobre práticas culturais as desigualdades referentes ao acesso à Internet.

GRÁFICO 17
INDIVÍDUOS QUE OUVIRAM MÚSICAS PELA INTERNET, POR ÁREA, SEXO, FAIXA ETÁRIA, GRAU DE INSTRUÇÃO E CLASSE SOCIAL (2017)
Total da população (%)



Com relação à frequência, os resultados revelaram que a maior parte daqueles que realizaram essas atividades o fizeram com periodicidade diária ou semanal. Nesse sentido, quase metade da população brasileira acima de dez anos ouviu músicas pela Internet todos os dias, quase todos os dias ou pelo menos uma vez por semana (45%), sendo a frequência mais baixa para

¹³ As diferenças no acesso a determinados conteúdos, de acordo com as variáveis apresentadas, aparecem entre todas as outras atividades investigadas, com algumas variações. No caso das práticas menos frequentes nos campos da leitura e dos museus, por exemplo, pesam ainda mais as variáveis socioeconômicas e de escolaridade. No caso dos jogos *on-line*, por sua vez, destacam-se as diferenças por sexo e por faixa etária, sendo a atividade mais comum entre os homens e entre os mais jovens.

assistir a filmes (27%) e assistir a séries *on-line* (21%). Em todos os casos, no entanto, a maior frequência esteve associada à faixa etária, com a frequência diária tendo sido mais comum entre os mais novos, que foram também os que usaram Internet em maior proporção e com maior frequência.

No que concerne ao pagamento para ouvir músicas, assistir a filmes e séries pela Internet e para baixar tais conteúdos, a pesquisa revelou ser esta prática pouco comum entre a população brasileira. Conforme indicaram os resultados do estudo qualitativo (CGI.br, 2017a), há uma tendência à maximização do acesso a conteúdos gratuitos pela Internet, dada a ampla disponibilidade destes na rede. Quando ocorre, o pagamento, em geral, está associado ao apreço pela obra e pelo artista ou à amplitude do acervo disponível frente ao custo, sobretudo para o caso das plataformas de *streaming*. Assim, entre as atividades investigadas, as que mais foram pagas foram as de assistir a filmes e a séries *on-line*, ambas com 10%, em comparação com apenas 3% e 2% dos que pagaram para baixar tais conteúdos, respectivamente. Já o pagamento para baixar e ouvir música *on-line* esteve no mesmo patamar, tendo sido realizado por 5% da população considerada na pesquisa.

Como esperado, o pagamento apareceu associado à classe e à renda – para assistir a filmes, por exemplo, enquanto na classe A o pagamento foi feito por 37% dos indivíduos, nas classes DE ele foi realizado por apenas 3%. Nesse aspecto, cabe ressaltar que o aumento da oferta e da disponibilidade de conteúdos gratuitos na Internet diminui barreiras de preço e contribui para o acesso à cultura, ainda que permaneçam as desigualdades e devam ser consideradas as questões referentes à remuneração dos autores, reconfiguradas nesse contexto.

Quanto à origem dos filmes, séries e músicas acessados, se nacionais ou estrangeiros, os resultados da pesquisa indicam cenários diferentes para os três tipos de conteúdo investigados, refletindo, de alguma maneira, o cenário da produção cultural no país. Assim, considerando o total da população, uma proporção maior declarou ter ouvido músicas brasileiras pela Internet (48%) do que músicas estrangeiras (28%). Por outro lado, foi maior a proporção daqueles que informaram ter assistido a séries estrangeiras (21%) em relação a séries brasileiras na Internet (13%), enquanto proporções semelhantes disseram ter assistido a filmes estrangeiros (24%) e a filmes brasileiros (26%) na rede.¹⁴

Tal indicador revela ainda que o consumo de conteúdos nacionais e estrangeiros na Internet variou conforme a classe dos indivíduos. Os estrangeiros, em especial os filmes e séries, foram mais frequentemente consumidos quanto mais alta a classe, enquanto os conteúdos brasileiros apresentaram percentuais mais uniformes entre as diferentes classes, mesmo que não estivessem no mesmo patamar (Gráfico 18). Os resultados demonstram, mais uma vez, diferenças entre os conteúdos a que diversos segmentos da população têm condições de acessar na Internet, nesse caso, fortemente influenciadas pela barreira do idioma.

¹⁴ Nesse ponto, é importante destacar que o indicador sobre a origem das músicas, filmes e séries não buscou identificar a preferência dos indivíduos nem a quantidade dos conteúdos acessados de cada tipo. Assim, dado que os entrevistados poderiam declarar ter consumido conteúdos de ambas as origens, essa não pode ser considerada uma medida de participação de mercado de conteúdos nacionais e estrangeiros no país. Além disso, as entrevistas cognitivas realizadas para formulação do questionário sugerem que crianças e pessoas de baixa escolaridade podem ter maior dificuldade em diferenciar conteúdos nacionais de conteúdos estrangeiros, o que adiciona uma limitação à interpretação desse indicador.

GRÁFICO 18
INDIVÍDUOS, POR ORIGEM DOS FILMES E SÉRIES A QUE ASSISTIRAM PELA INTERNET, POR CLASSE SOCIAL (2017)
Total da população (%)



Por outro lado, em termos da diversidade de conteúdos ofertados, ganham importância em tal contexto as iniciativas de incentivo à produção audiovisual brasileira, seja por meio dos mecanismos de incentivo fiscal e das ações de fomento direto, como as realizadas pela Agência Nacional do Cinema (Ancine)¹⁵, seja por meio da regulação das plataformas de vídeo sob demanda.¹⁶

CRIAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE CONTEÚDOS ON-LINE

Para além das atividades de fruição cultural *on-line*, a segunda dimensão investigada no módulo sobre atividades culturais da pesquisa foi a produção e a publicação de conteúdos na Internet. A TIC Domicílios vem demonstrando que a prática mais comum entre usuários de Internet brasileiros é o compartilhamento, mais do que a criação e postagem de conteúdos próprios na Internet. O compartilhamento de conteúdo foi realizado por cerca de três em cada quatro usuários de Internet no país (73%) em 2017, percentual que vem apresentando tendência de crescimento nos últimos anos, dado que, em 2013, estava em 60%. Por outro lado, a

¹⁵ Dentre os mecanismos de incentivo fiscal, destacam-se a Lei n. 8.313/91 (Lei Rouanet) e a Lei n. 8.685/93 (Lei do Audiovisual). Já entre as ações de fomento realizadas pela Ancine, encontram-se os projetos financiados pelo Fundo Setorial do Audiovisual e diversos editais e seleções públicas, a exemplo do Prêmio Adicional de Renda (PAR) e do Programa Ancine de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ). Mais informações no *website* da Ancine. Recuperados em 10 agosto, 2018, de <https://www.ancine.gov.br/pt-br/fomento/o-que-e> e <https://fsa.ancine.gov.br/o-que-e-fsa/introducao>

¹⁶ O crescimento do consumo de conteúdos audiovisuais por meio dessas plataformas tem gerado debates em todo o mundo acerca de sua regulamentação, dando origem a iniciativas de estímulo a produções locais e estabelecimento de cotas para conteúdos nacionais, além de discussões referentes à cobrança de impostos.

proporção de usuários que postaram na Internet textos, imagens, vídeos ou músicas que eles próprios criaram permanece estável ao longo da série histórica, tendo sido de 37% em 2017.

Considerando o total da população, no entanto, e levando-se em conta o aumento dos usuários de Internet nos últimos anos, houve uma ampliação de 31,1 milhões de indivíduos publicando conteúdos próprios na Internet, em 2013, para 44,7 milhões, em 2017, o que corresponde a cerca de um quarto da população acima de dez anos (26%). Isso demonstra, no cenário brasileiro, parte dos debates em torno do desenvolvimento da cultura participativa no ambiente da Internet (Jenkins, 2006; Schäfer, 2011) e do surgimento dos chamados *prosumer*, *pro-am* ou *producer* (Leadbeater & Miller, 2004; Bruns, 2007), borrando as fronteiras entre produtores e consumidores e revelando a participação do usuário na produção de conteúdo *on-line*.

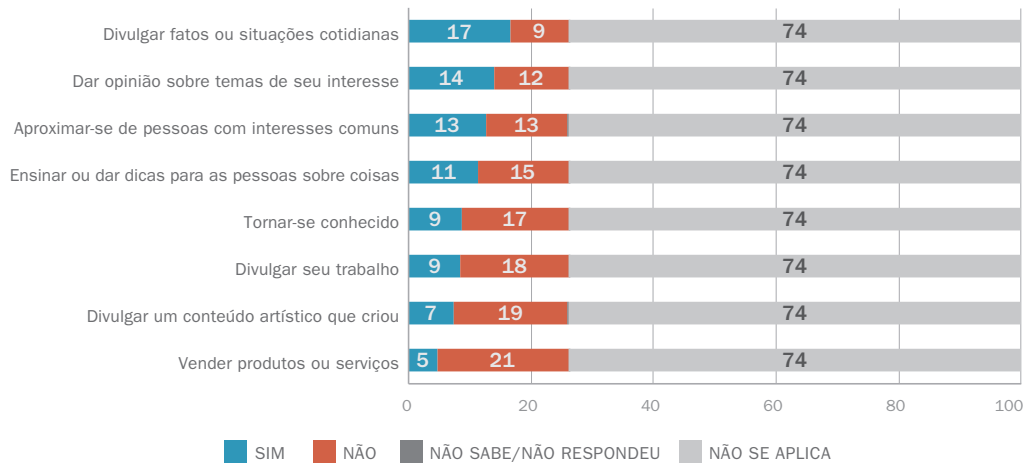
Diferentemente de grande parte das atividades investigadas na pesquisa, houve menor variação na proporção de indivíduos que postaram conteúdos de autoria própria na Internet de acordo com a classe, embora essa ainda tenha sido uma atividade mais realizada pelos indivíduos das classes A e B (com 38% e 36%, respectivamente) do que por aqueles das classes DE (17%). A maior diferença, no entanto, correspondeu ao grau de instrução: enquanto 41% dos indivíduos com Ensino Superior postaram conteúdo próprio na rede, o percentual ficou em apenas 2% entre os analfabetos e com Educação Infantil. Além disso, assim como o acesso e uso da Internet em geral, também aqui a atividade foi mais realizada pelos mais jovens do que pelos mais velhos e por aqueles que residem em áreas urbanas (28%) em comparação com os residentes em áreas rurais (15%).

Com o objetivo de trazer mais detalhes sobre essa prática, a pesquisa investiga também os tipos de conteúdo que foram criados e postados na rede. O conteúdo próprio mais citado pelos entrevistados foram as imagens, postadas na Internet por um quarto deles (24%) nos três meses anteriores à realização da pesquisa. Isso converge com a disseminação dos dispositivos móveis mencionada anteriormente, sendo a atividade de tirar fotos a segunda mais citada entre os indivíduos que utilizaram telefone celular. Em contrapartida, postar textos próprios na Internet, ação mais complexa, por envolver escrita, foi mencionada por 13% dos entrevistados, enquanto 11% postaram vídeos e 4% postaram músicas de sua autoria.¹⁷

Vale destacar que, além da postagem de conteúdos de criação própria não estar plenamente difundida entre a população, essas publicações, quando ocorreram, tiveram caráter majoritariamente pessoal ou amador, e não profissional. Assim, as finalidades mais citadas para a postagem de conteúdos próprios na Internet estiveram relacionadas, geralmente, a objetivos pessoais, como divulgar fatos ou situações cotidianas, enquanto foram menos frequentes as finalidades profissionais ou que apontam para fins monetários, como divulgar o seu trabalho ou vender produtos ou serviços (Gráfico 19). As publicações, portanto, parecem destinadas mais às redes de sociabilidade privadas dos indivíduos e à criação de vínculos a partir de interesses comuns do que à ampla circulação desses conteúdos. No caso da criação artística, especificamente, sua divulgação foi finalidade apontada por 7% dos entrevistados. Além disso, reforçando essa percepção, apenas 2% dos indivíduos criaram e postaram conteúdos próprios na Internet recebendo em troca algum tipo de remuneração.

¹⁷ No caso das músicas, ainda que elas sejam o tipo de conteúdo de origem nacional mais consumido pela população, também são, por outro lado, o tipo menos criado e disseminado na Internet pelos usuários, o que indica um acesso mais restrito à produção e revela o peso da indústria frente às práticas amadoras.

GRÁFICO 19
INDIVÍDUOS POR FINALIDADE DA POSTAGEM DE CONTEÚDO PRÓPRIO NA INTERNET (2017)
Total da população (%)



INFORMAÇÕES SOBRE ATIVIDADES CULTURAIS PRESENCIAIS

Por fim, a dimensão de busca de informações na Internet sobre atividades culturais que ocorrem fora da rede teve como objetivo identificar em que medida o acesso a informações pela Internet facilita e estimula o acesso a atividades presenciais, ou seja, de que forma o uso da Internet colabora com a divulgação dessas atividades por meio de informações sobre a agenda de programação, eventos, locais, horários, preços, entre outras.

Com relação a essa dimensão, a atividade mais frequentemente citada foi a busca de informações para assistir a filmes no cinema, realizada por um em cada cinco brasileiros acima de dez anos (20%) no período de três meses anteriores à realização da entrevista. Já a busca de informações para ir a festas, festivais ou eventos públicos e para assistir a shows de música ou apresentações musicais foi realizada por 14% deles. Outros tipos de busca de informações sobre atividades culturais foram menos citados, como para assistir a peças ou espetáculos no teatro (7%), ir a bibliotecas (6%) e ir a museus ou exposições (5%). Nesse sentido, a busca de informações está claramente relacionada à realização efetiva dessas atividades, havendo maior interesse pelo cinema e pela música do que pelos campos da leitura e da memória.

Assim como em outras atividades investigadas na pesquisa e como em outros estudos sobre hábitos culturais da população, os resultados desta seção apresentam diferenças importantes de acordo com a classe e grau de instrução dos usuários. A busca de informações para ir a museus, por exemplo, foi realizada por 15% dos indivíduos de classe A e por apenas 1% daqueles de classes DE. Da mesma forma, enquanto aproximadamente metade (45%) da população com Ensino Superior buscou informações na rede para ir a cinemas, a proporção foi menor à medida que diminuía o grau de instrução, chegando a 1% entre analfabetos e indivíduos com Educação Infantil. As diferenças nessas proporções também foram consideráveis entre as áreas urbana e rural e com relação às diferentes regiões do país, refletindo ainda a desigualdade na oferta de atividades e equipamentos culturais (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2015).

Além de evidenciar os hábitos culturais da população de modo geral e a presença ou não dos equipamentos culturais no Brasil, os patamares observados nessa dimensão podem estar relacionados também à oferta dessas informações na Internet. Como mostrou a pesquisa TIC Cultura 2016 (CGI.br, 2017b), apesar de mais da metade dos cinemas (76%), teatros (67%), bibliotecas (57%) e museus (59%) oferecer serviços, informações ou assistência ao público pela Internet, a proporção de equipamentos com *sites* próprios entre essas instituições só foi maior do que a metade entre os cinemas (73%). Da mesma maneira, a presença dessas instituições em redes sociais também apresentou diferenças consideráveis: enquanto 94% dos cinemas possuíam perfil em plataforma *on-line* ou rede social, o percentual foi de apenas 35% entre as bibliotecas. Sendo essas plataformas importantes fontes de informação sobre eventos culturais para os usuários de Internet, conforme revelou o estudo qualitativo (CGI.br, 2017a), as diferenças em sua apropriação por parte dos equipamentos culturais repercutem no acesso às informações pelos indivíduos e, em última instância, na frequência com que eles visitam as instituições.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: AGENDA PARA POLÍTICAS PÚBLICAS

A 13ª edição da pesquisa TIC Domicílios registra os avanços já alcançados no Brasil em relação ao acesso e uso das tecnologias da informação e comunicação ao longo dos últimos anos, mas também reitera importantes desafios a serem enfrentados. Desde 2008, o número de domicílios com acesso à Internet, bem como o de usuários de Internet, vem crescendo significativamente, sem que haja redução de diferenças regionais e socioeconômicas no acesso e uso das TIC.

Além das desigualdades no acesso domiciliar à rede, a pesquisa revela a permanência de disparidades nas características do acesso entre domicílios conectados em diferentes regiões e classes. Nos domicílios de classes mais altas e localizados em regiões do país com melhor infraestrutura, o acesso à Internet se dá, em geral, por meio de banda larga fixa de alta velocidade, enquanto em domicílios mais pobres, nos localizados em áreas rurais e das regiões Norte e Nordeste, o acesso à Internet ocorre em maior proporção por meio de conexões com menor velocidade ou por conexão móvel. Nesse sentido, é fundamental avançar na expansão da infraestrutura de acesso à Internet de qualidade e de baixo custo nas regiões menos atendidas e para as populações mais vulneráveis do país – o que permitiria maior equidade no acesso à práticas *on-line* e benefícios no campo da educação, cultura, saúde e emprego, entre outros.

Além disso, no âmbito do uso individual de Internet, a pesquisa revela que, atualmente, o celular é o dispositivo mais utilizado pelos brasileiros para acessar a rede. Pela primeira vez na pesquisa, metade dos entrevistados afirmou se conectar exclusivamente por meio do celular, chegando ao mesmo patamar dos usuários que utilizam tanto o celular quanto o computador para se conectar. Nesse sentido, fica evidente também a relevância de políticas que melhorem o uso da Internet por meio desses dispositivos a um preço acessível.

Ainda no intuito de melhorar a experiência daqueles que acessam a Internet, são necessárias também ações que incentivem a digitalização de serviços públicos, sobretudo no que diz respeito às aplicações para dispositivos móveis. A TIC Domicílios 2017 mostra que a proporção de usuários da rede que realizam serviços do governo pela Internet ainda é pequena, sendo que, mesmo entre aqueles que utilizam a Internet em busca de atendimento, a maior parte ainda precisa se deslocar até algum posto do governo para finalizar o serviço.

Os resultados da TIC Domicílios 2017 também evidenciam a necessidade de iniciativas governamentais para o desenvolvimento das TIC no setor cultural. A pesquisa demonstra que a busca na Internet por atividades culturais a serem realizadas presencialmente, que envolvem, por exemplo, a visita a museus, teatros ou bibliotecas, é pouco frequente. Em conjunto com os dados da TIC Cultura 2016 sobre o uso das tecnologias pelos equipamentos culturais brasileiros (CGI.br, 2017b), isso demonstra a relevância de políticas que incentivem o aumento da oferta de informações sobre atividades culturais, bem como da disponibilidade de bens e serviços culturais na Internet.

Além disso, no que tange o uso da Internet, o consumo de conteúdos *on-line* pela população, sobretudo nos campos do audiovisual e da música, tem se ampliado nos últimos anos, colocando as atividades culturais dentre as mais realizadas pelos usuários da rede no Brasil e evidenciando o papel da Internet no acesso à cultura. Ainda assim, inúmeras desigualdades permanecem, seja como reflexo dos hábitos culturais de maneira mais ampla, seja por conta das barreiras existentes no próprio acesso à rede.

As evidências recolhidas pela pesquisa TIC Domicílios permitem identificar o perfil daqueles que mais se beneficiam da rede como mediadora das práticas culturais, bem como a influência da infraestrutura de conexão e das variáveis sociodemográficas sobre as atividades culturais realizadas na Internet. Assim, é fundamental o desenvolvimento de políticas públicas que possibilitem a universalização do acesso à rede, a formação de repertório para a fruição cultural e a promoção da diversidade de conteúdos produzidos e disponibilizados *on-line*.

REFERÊNCIAS

- Bourdieu, P. (2007). *Distinção: Crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp.
- Bourdieu, P., & Darbel, A. (2007). *O amor pela arte: Os museus de arte na Europa e seu público*. São Paulo: Edusp.
- Bruns, A. (2007). Prodsusage: Towards a broader framework for user-led content. *Proceedings Creativity & Cognition 6*, Washington, DC. Recuperado em 10 setembro, 2018, de <http://eprints.qut.edu.au/6623/1/6623.pdf>
- 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.
- 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.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2015). *Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: Cultura 2014*. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado em 8 novembro, 2017, de <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf>
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers and gamers: Exploring participatory culture*. Nova York: New York University Press.
- Leadbeater, C., & Miller, P. (2004). *The pro-am revolution: How enthusiasts are changing our economy and society*. Recuperado em 10 setembro, 2018, de <http://www.demos.co.uk/files/proamrevolutionfinal.pdf>

Leiva, J. (2018). *Cultura nas capitais: Como 33 milhões de brasileiros consomem diversão e arte*. Rio de Janeiro: 17Street Produção Editorial.

Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações – MCTIC (2018). *Estratégia Brasileira para Transformação Digital – E-Digital*. Brasília: MCTIC. Recuperado em 10 agosto, 2018, de <http://www.mctic.gov.br/mctic/export/sites/institucional/estrategiadigital.pdf>

Schäfer, M. T. (2011). *Bastard culture! How user participation transforms cultural production*. Amsterdã: Amsterdam University Press.

Sistema de Información Cultural de la Argentina – Sinca (2018). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017*. Buenos Aires: Ministerio de Cultura.

União Internacional de Telecomunicações – UIT (2014). *Manual for measuring ICT access and use by households and individuals – 2014 Edition*. Genebra: UIT.