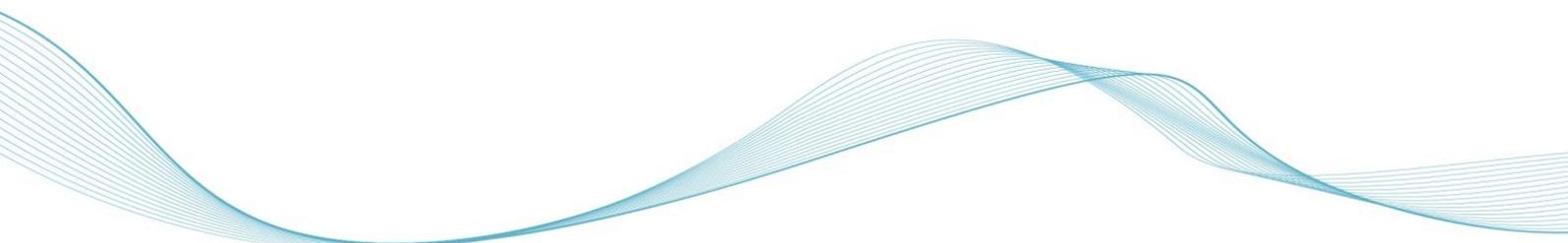


Secretaria-Geral Ibero-Americana
Secretaria para a Cooperação
Espaço Cultural Ibero-Americano

**Recursos digitais na Ibero-América:
uma agenda acessível**



Um novo direito fundamental

As telecomunicações e a Internet de banda larga são as mais importantes ferramentas de transformação social. A sua presença transversal tem impacto na economia, política, educação, vida quotidiana e cultura. Além disso, permitem exercer direitos fundamentais, tais como os de liberdade de expressão, direito à informação, educação, saúde, teletrabalho e acesso às Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) e à cultura.

A Convenção sobre a proteção e promoção da diversidade das experiências culturais da UNESCO de 2005, representa uma linha de separação no contexto internacional e é, entre outros, uma base para o desenvolvimento das indústrias culturais, reconhecimento das expressões culturais, multiculturalidade, dimensão da cultura e desenvolvimento, bem como para fortalecer a cooperação e a solidariedade internacionais com espírito de colaboração, a fim de reforçar, particularmente, as capacidades dos países em desenvolvimento para protegerem e promoverem a diversidade das expressões culturais.

A Carta Cultural Ibero-Americana, adotada na Cúpula Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo de Montevideo, Uruguai em 2006, articula a Declaração sobre a Diversidade Cultural da UNESCO do ano 2001 e a posterior Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais na região. Os seus principais objetivos podem resumir-se em três imperativos, a saber: afirmar o valor central da cultura para o desenvolvimento humano, promover e proteger a diversidade cultural e consolidar o espaço cultural ibero-americano. No entanto, alcançar estes objetivos significa enfrentar enormes desafios. Por um lado, verificam-se grandes desigualdades no acesso da população ao capital cultural de cada um dos países que constituem este espaço, relacionadas com as enormes fraturas existentes no terreno económico e educacional, e com uma longa história de discriminação e exclusão que afeta especialmente as populações originárias, afrodescendentes e imigrantes. Por outro lado, as alterações sociais e tecnológicas têm hoje grande impacto em toda a sociedade, especialmente na juventude, e modificam a forma de estar no mundo, as relações sociais e o próprio significado da cultura. Ambos os desafios podem resumir-se na afirmação realizada pelo PNUD no Relatório sobre o Desenvolvimento Humano de 2004: “se o mundo quer alcançar os Objetivos de Desenvolvimento do Milénio e erradicar definitivamente a pobreza, deve em primeiro lugar enfrentar com sucesso o desafio de construir sociedades inclusivas e diversas em termos culturais”.

A 25 de setembro de 2015, a Assembleia Geral da ONU adotou a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, um plano de ação a favor das pessoas, do planeta e da prosperidade, que reconhece que erradicar a pobreza é uma condição indispensável para alcançar o desenvolvimento sustentável. Tem ainda a intenção de fortalecer a paz universal e o acesso à justiça. A Agenda propõe 17 Objetivos com 169 metas de carácter integrado e indivisível que abarcam as esferas económica, social e ambiental. Embora nenhum dos 17 Objetivos pertença ao âmbito cultural, a Agenda apresenta 4 Objetivos com metas culturais, a saber:

ODS 4 Educação de qualidade: 4.7. Até 2030, garantir que todos os alunos adquiram os conhecimentos e as competências necessárias para promover o desenvolvimento sustentável, entre outros, por meio da educação para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de gênero, promoção de uma cultura de paz e não violência, cidadania e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável.

ODS 8 Trabalho decente e crescimento económico: 8.9. Até 2030, elaborar e implementar políticas para promover um turismo sustentável, que cria postos de trabalho e promove a cultura e os produtos locais.

ODS 11 Cidades e comunidades sustentáveis: 11.4. Incrementar esforços para proteger e salvaguardar o património cultural e natural do mundo.

ODS 12 Produção e consumo responsáveis: 12.b. Desenvolver e implementar ferramentas para monitorizar os impactos do desenvolvimento sustentável para um turismo sustentável que cria empregos e promove a cultura e os produtos locais.

Para além das metas culturais específicas, podemos afirmar que a diversidade cultural e o diálogo intercultural são transversais a toda a Agenda 2030, como princípios globais do desenvolvimento sustentável para o qual todas as culturas e civilizações sem distinções podem contribuir.

O enorme valor potencial da cultura como facilitadora do desenvolvimento sustentável é também reconhecido, entre outros, na Agenda Digital Cultural para a Ibero-América, aprovada na Cúpula de Veracruz (2014).

Neste contexto global, a Assembleia Geral das Nações Unidas, refletindo a importância do papel atualmente desempenhado pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação como porta de acesso ao conhecimento, em 29 de junho de 2012 declarou o acesso à Internet como um direito humano, na medida em que se trata de um instrumento que favorece o crescimento e o progresso da sociedade no seu conjunto.

A configuração deste direito humano assenta no direito à informação como um corolário da liberdade de expressão, consagrado no artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que estabelece que todos os indivíduos têm direito a «procurar, receber e difundir informações e ideias, sem limitação de fronteiras, por qualquer meio de expressão».

As Nações Unidas afirmaram que: “a liberdade de informação é um direito fundamental (...) e pedra angular de todas as liberdades às quais as Nações Unidas estão consagradas”.

Destaca-se o papel das novas tecnologias como via de acesso à informação e instam-se os Estados a lutar contra a “fratura digital”, que impede o acesso das populações dos países em

desenvolvimento e grupos marginais dos países desenvolvidos às novas Tecnologias da Informação e da Comunicação.

Sob o novo paradigma digital, reconhece-se a importância e expansão das TIC e a interconexão mundial no progresso humano, devendo ultrapassar-se a fratura digital e desenvolver as sociedades do conhecimento. As Nações Unidas entendem a necessidade de que a governação da Internet se baseie nos direitos humanos e que os direitos das pessoas se encontrem protegidos na Internet.

Na mesma linha e como parte do Sistema das Nações Unidas, a UNESCO reconheceu o potencial da Internet como gerador de recursos para a informação e o conhecimento, abrindo novas oportunidades de expressão. Por isso, o princípio da liberdade de expressão não só deve ser aplicado aos meios de comunicação tradicionais, mas também à Internet e a todos os tipos de plataformas de comunicação emergentes.

O artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos Humanos e o Pacto Internacional de Direitos Cívicos e Políticos consagram a liberdade de expressão, declarando que “Todos os indivíduos têm direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito a não serem importunados pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir informações e ideias, sem limitação de fronteiras, por qualquer meio de expressão.”

Assim, a partir de 2012 e de forma reiterada em 2016, a ONU declarou o acesso à Internet como um direito humano, na medida em que se trata de um instrumento que favorece o crescimento e o progresso da sociedade no seu conjunto e de uma ferramenta imprescindível para a liberdade de expressão, opinião e outros direitos fundamentais. Entende também que se deverá garantir o acesso a todos os cidadãos, não podendo os Estados restringir injustificadamente o acesso das pessoas à Internet.

A ONU considera que esse terá de ser um direito universal de fácil acesso para qualquer indivíduo.

O Relator Especial da ONU para a liberdade de expressão, Frank La Rue, afirmou que “a natureza da Internet, única e em mutação, não só permite que os indivíduos exerçam o direito de opinião e expressão, mas que também faz parte dos seus direitos humanos e promove o progresso da sociedade no seu conjunto”.

Na primeira Declaração sobre o direito humano de acesso à Internet e o respeito pelos direitos na rede, a Declaração das Nações Unidas de 29 de junho de 2012, ao longo de cinco pontos:

1. Afirma que os direitos das pessoas devem também estar protegidos na Internet, em particular a liberdade de expressão, o que é aplicável sem considerar fronteiras e através de qualquer procedimento escolhido, em conformidade com o artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Pacto Internacional de Direitos Cívicos e Políticos;

2 Reconhece a natureza mundial e aberta da Internet como uma força impulsionadora da aceleração dos progressos para o desenvolvimento sob diferentes formas;

3 Apela aos Estados para que promovam e facilitem o acesso à Internet e a cooperação internacional encaminhada para o desenvolvimento dos meios de comunicação e dos serviços de informação e comunicação em todos os países;

4 Encoraja os procedimentos especiais que tenham em conta estas questões nos seus atuais mandatos, conforme for mais adequado;

5 Decide, nos termos do seu programa de trabalho, continuar a analisar a promoção, proteção e usufruto dos direitos humanos, incluindo o direito à liberdade de expressão na Internet e noutras tecnologias, bem como a forma como a Internet pode ser um importante instrumento para o desenvolvimento e o exercício dos direitos humanos.”

Quatro anos mais tarde, em 2016 e ao longo das sessões de trabalho da Assembleia Geral das Nações Unidas, foram aprovadas ambas as Declarações da Internet e da Educação, respetivamente nos dias 27 e 29 de junho.

No que a isto respeita, declarou-se que os direitos das pessoas também devem estar protegidos na Internet, em conformidade com o artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Pacto Internacional de Direitos Cívicos e Políticos; que a natureza mundial e aberta da Internet é necessária para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável; que é imperativo que os Estados promovam e facilitem o desenvolvimento dos meios de comunicação, serviços e TIC; que a qualidade do ensino cumpre um papel decisivo no desenvolvimento e, por conseguinte, apela a todos os Estados para fomentarem a alfabetização digital e facilitarem o acesso à informação na Internet, na medida em que esta pode ser uma importante ferramenta para facilitar a promoção do direito à educação; e que é importante uma abordagem baseada nos direitos humanos para facilitar e alargar o acesso à Internet, solicitando e apelando à redução da fratura digital.

É de salientar que o acesso à Internet e à conectividade de banda larga foram identificados pelas Nações Unidas como um habilitador para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento do Milénio, em particular do objetivo número oito sobre o fomento de uma aliança mundial para o desenvolvimento. Uma das metas é, em cooperação com o setor privado, “dar acesso às vantagens das novas tecnologias, em particular às que respeitam às tecnologias da informação e da comunicação”.

O Relatório de 2015 refere que na população mundial a penetração da Internet aumentou de 6% no ano 2000, para 43% em 2015. Como resultado, 3.200 milhões de pessoas estão ligadas a uma rede global de conteúdos e aplicações.

Também refere que apenas um terço da população das regiões em desenvolvimento utiliza a Internet, em comparação com 82% nos países desenvolvidos.

Nova sociedade, nova política pública

Sem dúvida as TIC modificaram as nossas atividades quotidianas e, dessa forma, potenciaram os nossos direitos fundamentais de tal maneira, que o direito de acesso à cultura se pode materializar melhor graças às plataformas digitais. A cultura digital tem as mesmas dinâmicas de relacionamento, processos culturais, criativos e consumos que realizamos no mundo físico, mas levadas ao espaço virtual, on-line, através das TIC criadas a partir do espaço virtual e com as especificidades próprias do mundo digital.

As expressões artísticas e culturais da Ibero-América são uma componente essencial da nossa identidade e riqueza, tanto simbólica quanto económica; a sua enorme diversidade contrasta por vezes com o desinteresse oficial em potenciar o setor cultural nos nossos países como um conjunto de atividades capazes de gerar desenvolvimento, detonar a criatividade e estabelecer novas oportunidades de negócios e de emprego entre a população.

As políticas públicas em matéria de política digital para a cultura podem ser uma “arma” eficaz como argamassa identitária e como detonante para a criação de bem-estar; como uma oportunidade para recuperar e projetar no mundo a criatividade e inovação dos países da Ibero-América e produzir valor a partir da cultura e da utilização das novas tecnologias. Neste caso, a matéria-prima são a cultura, as TIC e as ferramentas.

Não é que se não soubesse ou tivesse referido antes, mas agora é o momento de atualizar a Região em termos de infraestruturas, conectividade e serviços digitais. Também é o momento para que a cultura tenha uma posição privilegiada. O setor cultural e o direito de acesso à cultura podem ser impulsionadores do desenvolvimento.

Para mencionar um caso da região, no México a cultura gera 380 mil milhões de pesos por ano, o que equivale a 2,7% do PIB. A despesa dos agregados familiares mexicanos em bens e serviços culturais também representa 3,8% do total. Esta situação, que é significativa no caso mexicano, pode reproduzir-se e alargar-se aos restantes países da Ibero-América.

No caso de Espanha, no exercício de 2014 a despesa em cultura por parte da Administração Geral do Estado situou-se em 679 milhões de euros e, por parte da Administração Autónoma, em 47 milhões de euros, equivalentes a 0,07 e 0,10% do PIB, respetivamente. No que respeita à Administração Local e sem informações relativas à Comunidade Foral de Navarra e País Basco, no conjunto das restantes comunidades, a despesa realizada em 2014 foi de 2.483 milhões de euros, o que representa um crescimento interanual de 7,9%.

O Inquérito aos Orçamentos Familiares, estatística oficial do Plano Estatístico Nacional elaborado pelo Instituto Nacional de Estatística de Espanha, revela que a despesa em determinados bens e serviços culturais realizada anualmente pelos agregados familiares

espanhóis em 2015 foi de 11.968,8 milhões de euros o que representa 2,4% da despesa total estimada em bens e serviços. A despesa média por agregado familiar relacionada com a cultura foi de 651,4 euros e a despesa média por pessoa situou-se em 260,4 euros. As componentes mais significativas da despesa cultural foram: livros e publicações periódicas (14,6%), serviços culturais (36,3%) e equipamentos audiovisuais e Internet (42,5%).

Em termos macroeconómicos, as receitas das atividades económicas tradicionais (como o petróleo) vão claramente diminuindo, enquanto que as das atividades relacionadas com a tecnologia, comunicação e economia digital, vão aumentando.

Um facto corrobora o atrás mencionado: as quatro principais marcas globais de maior valor correspondem a empresas tecnológicas (Google, Apple, IBM e Microsoft), as mais bem cotadas na Bolsa de Valores. Entre as 20 primeiras marcas também se encontram outras empresas de comunicação. As empresas petrolíferas, transformadoras e farmacêuticas, antes preponderantes, cederam lugar aos consórcios cujas matérias-primas são a inovação, o conhecimento e a informação, e que de alguma forma estão a configurar o ecossistema e a cultura digitais.

Ao contrário do regresso a uma sociedade industrial perspetivado por alguns políticos, a Ibero-América pode reposicionar-se na Sociedade da Informação e do Conhecimento. Por exemplo: os Estados Unidos olham para o seu glorioso passado industrial. A Ibero-América deve olhar para o promissor futuro digital onde a cultura (num sentido vasto) ocupa um lugar proeminente. Acontece que a informação, criatividade, inovação, conteúdos simbólicos e bens imateriais são os novos geradores de riqueza. A digitalização, ubiquidade dos dispositivos móveis e acesso à Internet são as melhores ferramentas através das quais podemos projetar a visão, diversidade cultural, criatividade e inovação. Num contexto onde alguns procuram construir e alargar os muros, só os serviços de telecomunicações, a Internet e a economia digital são capazes de ultrapassar fronteiras. De facto, não têm fronteiras.

É altura de que a cultura, as artes e o património se sirvam das TIC como política de Estado. Os Ministérios, Secretarias e Ministérios da Cultura dos países devem evidentemente assumir um papel de protagonismo, tornar-se embaixadores e aspirar ao lugar de outros Ministérios, Secretarias e Instituições do Estado.

Um bom exemplo é o do Peru; a estação arqueológica de Machu Pichu tornou-se num dos lugares mais emblemáticos onde os visitantes tiram *selfies* e as compartilham nas redes sociais. Mas, para isso, é necessária a instalação de uma infraestrutura de banda larga, conectividade e programas e iniciativas para que os espaços culturais, turísticos e arqueológicos possam aproveitar as vantagens da Internet e do comércio eletrónico. A diversidade e as experiências culturais da região não podem deixar de se apetrechar com canais digitais estratégicos que permitam colocar à disposição das pessoas bens, serviços e conteúdos criativos e culturais.

Recordemos que a cultura é o conjunto ou complexo que inclui conhecimentos, crenças, expressões artísticas, atitudes, costumes, hábitos, capacidades e desejo de renovação a nível individual, coletivo e de grupo. A cultura digital é o reflexo desse conjunto de expressões e atividades levadas ao mundo virtual; obviamente, no processo de criação e consumo cultural, ocorre uma mediação tecnológica.

A experiência cultural através das TIC

Antigamente, os principais espaços de socialização eram a escola, o trabalho, a igreja, as reuniões familiares e os espaços públicos; atualmente as aplicações de encontros e namoro tornaram-se em alternativas reais para conhecer e fraternizar com outras pessoas face ao estreitamento dos círculos sociais e ao incremento da percepção de insegurança pública. Ou seja, o flirt faz parte das nossas atividades culturais, mas cada vez se faz mais on-line e através de *apps*. Até há pouco tempo só era possível apreciar a ópera no teatro, nalguns canais culturais de televisão ou adquirindo os discos que continham as obras de grandes artistas; agora, é possível ver espetáculos de ópera ou concertos de música através de aplicações via *streaming*. O acesso mundial a esse tipo de espetáculos aumentou. As experiências vividas não são as mesmas, mas quando é que podíamos ver um concerto em tempo real ou *on demand* a partir de São Paulo, Nova Iorque, Buenos Aires, Viena, México ou Milão? Propostas museográficas que reúnem os mais importantes mestres renascentistas, a partir de obras paradigmáticas dispersas em diferentes museus do mundo, reunidas num só espaço através de impressões digitais de altíssima qualidade, representam uma oportunidade inédita graças às TIC. O progresso das técnicas de impressão 3D tornarão possível que, num futuro próximo, possamos ver uma reprodução fiel da Mona Lisa fora do Louvre, e também tocá-la e sentir a textura do óleo e do *sfumato*. Quem é que não gostaria de acariciar a comissura da Gioconda? Ou seja, as tecnologias digitais estão ao serviço da inovação e da criatividade, gerando novas oportunidades de negócio, alargando o direito de acesso à cultura e, cada vez mais, tentando igualar as experiências às do mundo real.

Nem sempre podemos visitar ruínas históricas ou estações arqueológicas. É emocionante ler *A queda de Constantinopla* de Steven Runciman, pesquisar na Wikipédia para saber mais sobre as personagens históricas, ver os seus retratos e depois ir ao Google Maps para observar a atual Istambul via satélite, a cidade muralhada, e recriar na mente as batalhas no Bósforo e no Corno de Ouro. Os passeios virtuais de 360° por estações arqueológicas são uma provocação para visitar as pirâmides pré-hispânicas *in situ*, pelo que as TIC cumprem uma função de promoção e turística com possibilidade de reforço económico para além da “imersão” digital.

Que fazer?

Primeiro, devemos dizer que na região já existe uma vasta e robusta infraestrutura cultural de espaços e serviços. Portanto, é importantíssimo preservar o património cultural da Ibero-América, material e imaterial, tangível e intangível, através de todas as suas manifestações, tais como podem ser o património sonoro, linguístico, cénico, audiovisual... A preservação do património através da digitalização é uma das ações estratégicas de qualquer política pública digital para a cultura e de qualquer roteiro dos governos que resulte em ações posteriores.

Para isso, atualmente a Ibero-América conta com o *Plano para reconhecer, proteger e salvaguardar o património cultural ibero-americano* (Cúpula Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo de Cartagena das Índias, Colômbia, 2016).

Essa mesma infraestrutura cultural e património digitalizado podem ter um reflexo no mundo digital. Em matéria de comunicação, não só se trata de portais na Internet, mas também de plataformas que aproximem os bens e serviços dos utilizadores culturais e lhes facilitem e garantam o direito de acesso à cultura.

O seguinte passo é criar um ecossistema digital integrado por 1) infraestruturas de Tecnologias da Informação e da Comunicação, 2) serviços digitais, 3) conteúdos locais, aplicações e plataformas e 4) utilizadores.

Para isso, é necessário aprofundar o desenvolvimento da Agenda Digital Cultural para a Ibero-América (Cúpula Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo de Veracruz, México, 2014) ou, por outras palavras, políticas públicas centradas em garantir o direito de acesso à cultura através das TIC.

A Ibero-América já deu passos no sentido de conceber políticas públicas de conectividade. Espanha tem uma Agenda Digital que marca o seu roteiro em matéria de TIC e cumpre a Agenda Digital para a Europa 2015-2020. Portugal também tem políticas públicas para promover o desenvolvimento das infraestruturas de banda larga. Na América Latina destaca-se o Plano Vive Digital da Colômbia, com uma abordagem da conectividade, desenvolvimento das aplicações e crescimento das PME e da economia digital em geral. O Brasil desenvolveu um Plano Nacional de Banda Larga com o objetivo de implementar uma infraestrutura de conectividade. A Agenda Digital 2020 do Chile procura fortalecer direitos, incrementar a conectividade, alargar os serviços de governo eletrónico, impulsionar a economia digital e desenvolver competências educativas. Um último exemplo é o da Estratégia Digital Nacional do México, centrada na transformação governamental, educação, saúde e segurança dos cidadãos.

O seguinte passo é o da conceção e implementação de agendas digitais em setores que atendam especificamente os direitos, educação, saúde e acesso à cultura através das TIC.

Também se torna necessário um diagnóstico certo e objetivo do setor cultural e das suas oportunidades, mas, a par dele, devemos superar a etapa do excesso de diagnósticos. Esse estudo deve incluir propostas alternativas ou sociais de expressões artísticas e culturais, micro e pequenas e médias empresas, negócios culturais, e artistas que aplicam técnicas digitais na sua expressão. Ou seja, transcender o âmbito da cultura institucional e entrar no terreno das iniciativas privadas ou individuais, não só no sentido económico da palavra, mas também no social. Os inovadores culturais podem surgir de fora dos planos, programas e financiamentos oficiais, mas é importante que se criem mecanismos para lhes dar visibilidade, promover, estimular e, eventualmente, atribuir financiamentos públicos e/ou privados.

Onde estamos nas infraestruturas das TIC?

Quanto às infraestruturas das TIC, também já existe um equipamento tecnológico apto para o acesso, consumo e usufruto da cultura em todas as suas manifestações.

É portanto necessário fomentar ainda mais a implantação de redes de telecomunicações de banda larga para garantir a conectividade digital e os serviços; estimular a economia digital como um modelo de desenvolvimento que fomente o crescimento, a competitividade e a internacionalização da diversidade das expressões culturais dos países da Ibero-América e das indústrias culturais nacionais; configurar um ecossistema digital apoiado na confiança e segurança dos intercâmbios, transações e comunicações entre as pessoas, instituições e empresas; promover a inovação, criatividade e consumos artísticos através das redes digitais; considerar as indústrias culturais e criativas como estratégicas para a economia digital do presente e do futuro; e promover a inclusão, alfabetização e competências digitais de todos (sobretudo das comunidades originárias) para que cada vez mais indivíduos e coletivos se unam ao ecossistema digital.

Todos os serviços do setor cultural deveriam ser digitalizados. Isto não só no que respeita aos procedimentos burocráticos (que também deverão passar rapidamente para o código binário como parte de uma política mais vasta de modernização administrativa, governo eletrónico e dados abertos), mas também àqueles que facilitem o acesso e fruição da cultura, produtos e serviços, todas as indústrias culturais (incluindo os meios públicos), entradas em recintos, *downloads* de conteúdos (desde fichas técnicas e catálogos de exposições até concertos ao vivo ou gravados e filmes), consumo on-line, *streaming* e pagamentos eletrónicos através do telemóvel. Falta um sistema de aplicações e plataformas culturais no qual participe todo o setor da cultura e das artes e todas as entidades relacionadas com Ministérios, Secretarias e Instituições de Cultura. Deverá ainda haver acesso remoto, virtual

e digital às diversas atividades, sítios, recintos e, em geral, ao património cultural tangível e intangível.

Claro que, como parte do plano institucional da entidade responsável pela cultura, é necessária uma direção moderna de direitos de autor e de propriedade intelectual para o século XXI, por forma a que todos os conteúdos, expressões artísticas e culturais, materiais e imateriais que se integrem na rede, contem com os direitos correspondentes e se integrem assim no património digital da nação.

Há ainda muito por fazer, mas já temos o mais importante, as matérias-primas: diversidade cultural, expressões artísticas, património cultural e criatividade. Agora, devemos conceber, implementar e executar políticas públicas, estimular o setor e imprimir valor a esse vasto universo a que chamamos cultura. É uma nova oportunidade, mas também uma necessidade imperiosa para uma região que partilha muitos elementos comuns.

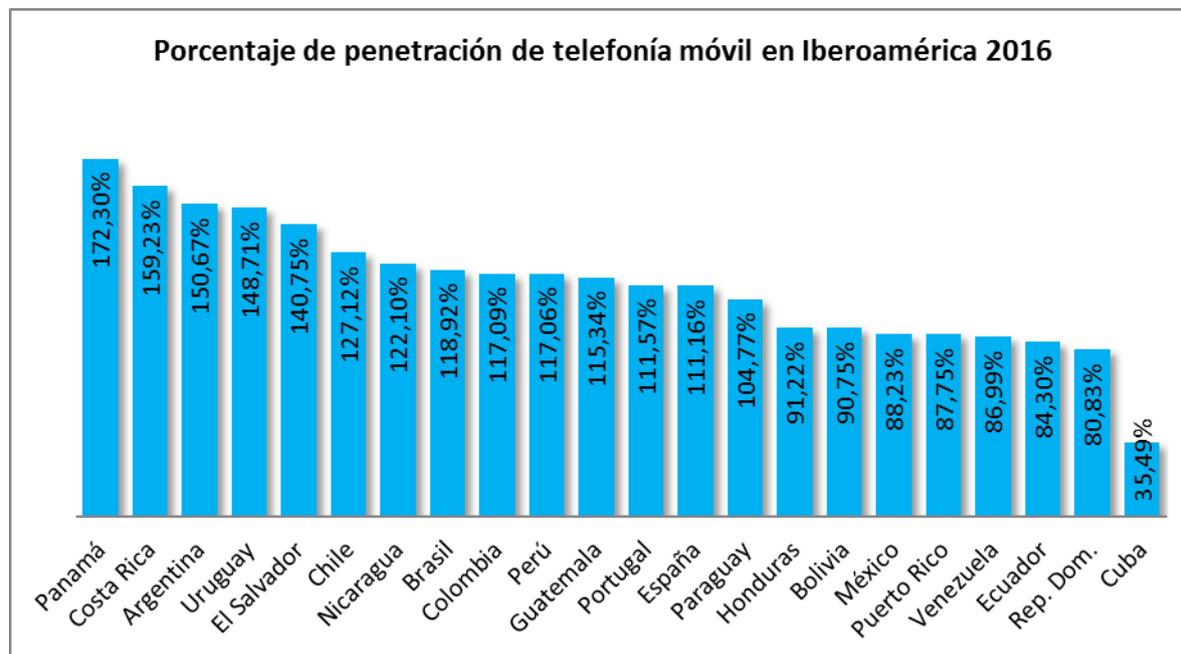
Teledensidade móvel

As infraestruturas de telecomunicações da Ibero-América cada vez são mais robustas, mas, se as compararmos com as de outras regiões, como a Europa, Ásia-Pacífico ou o território dos Estados Unidos, ainda se encontram atrasadas.

No entanto, no contexto ibero-americano, os países da América Latina apresentam taxas de crescimento superiores às das restantes regiões e têm como principal objetivo de conectividade fechar a fratura digital; para isso, são necessárias políticas públicas e investimentos mais ambiciosos e estratégicos. O enorme número de dados e estatísticas revelam que, em geral, a inclusão digital na nossa região passa necessariamente pelas tecnologia e comunicações móveis.

Em média, a Ibero-América (incluindo Espanha e Portugal) tem uma penetração de 111,5 dispositivos por cada 100 habitantes. Os dispositivos móveis (em particular, telefones inteligentes) são uma ferramenta fundamental de comunicação e produtividade, mas também de acesso a serviços públicos como educação e saúde, bem como a recursos e atividades culturais.

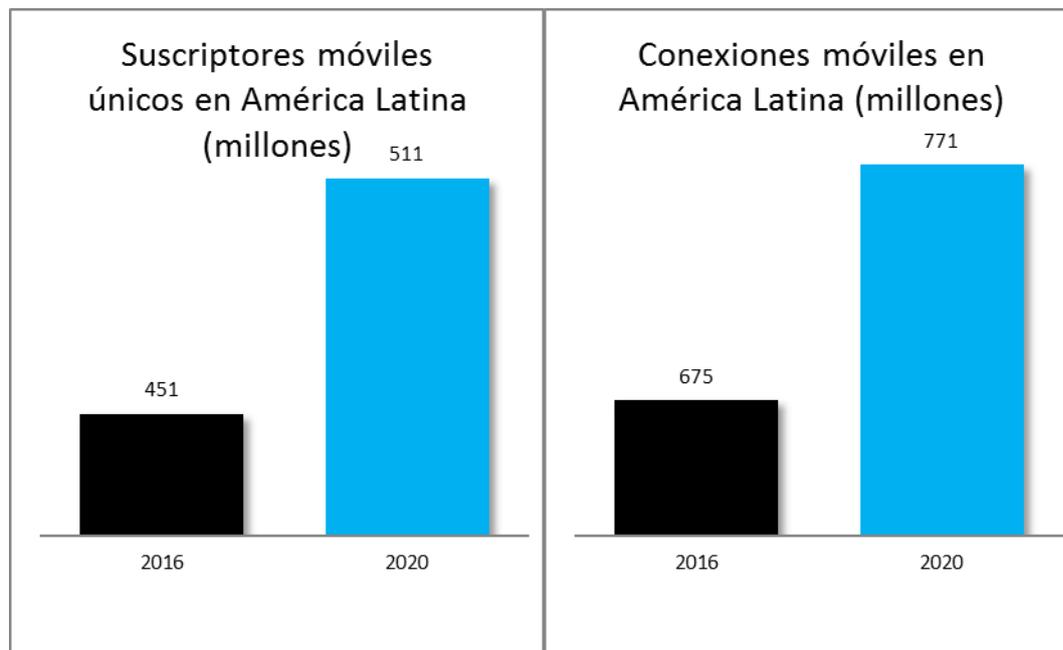
Em suma, permitem que os utilizadores tenham acesso a mais informações e conhecimentos, enriqueçam em qualidade de vida e melhorem o seu nível cultural. Em 2016, nos países da América Latina havia um total de 675 milhões de conexões de telemóvel, ultrapassando as restantes regiões do mundo, à exceção da Ásia-Pacífico.



Fonte: União Internacional de Telecomunicações (UIT).

O número total de assinantes únicos na região continuará a crescer de forma consistente até 2020, já que muitos dos maiores países da região, tais como o Brasil, Colômbia, México e Peru, cuja teledensidade atingirá cerca de 80% no final de 2020, mantêm ainda uma reduzida penetração.

No final da década, o crescimento nestes países aumentará a taxa de penetração regional em mais de 12 pontos percentuais e 100 milhões de assinantes únicos. Nos anos que restam deste decénio, a Ibero-América irá crescer mais rapidamente que as outras regiões do mundo, à exceção da África Subsaariana. Espera-se que o incremento anual de assinantes entre 2015 e 2020 seja de 4,8%; superior à média global de 4%.



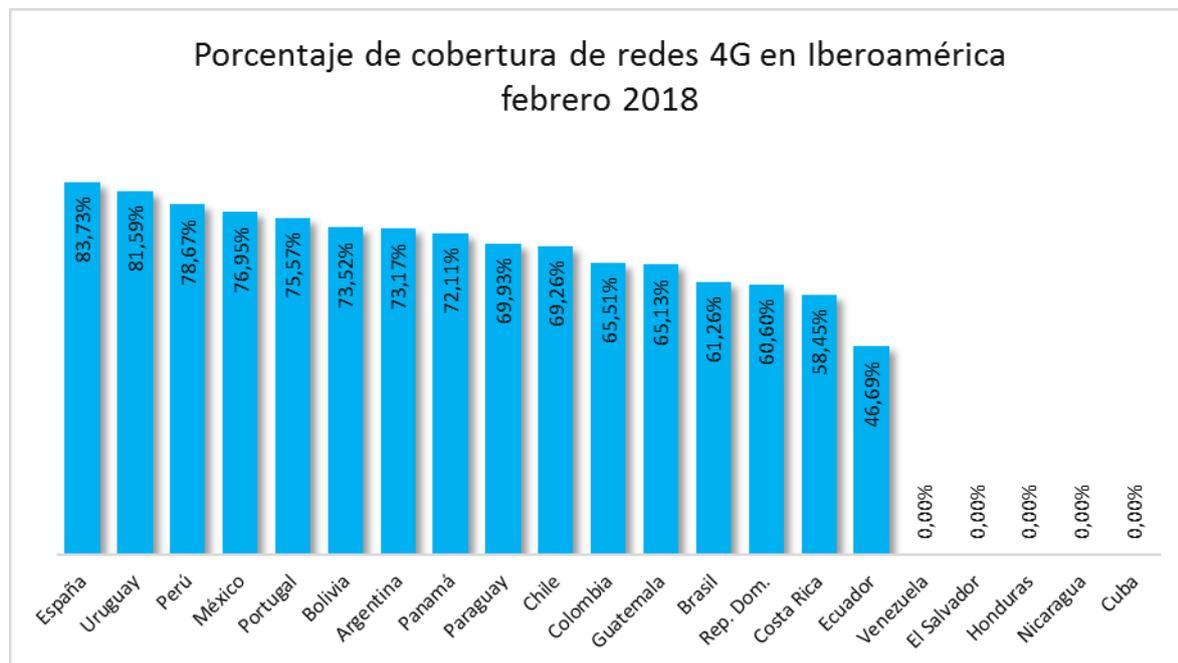
Fonte: Economía Móvel América Latina 2017.

Fonte: Economía Móvel América Latina 2017.

Em geral, os gráficos incluídos neste documento mostram que, quer Espanha quer Portugal e Andorra, como parte da Ibero-América, ultrapassam a América Latina em conectividade. As infraestruturas atualmente disponíveis evidenciam os esforços que a América Latina ainda tem de fazer para igualar o resto das nações em desenvolvimento e acesso a tecnologias e serviços.

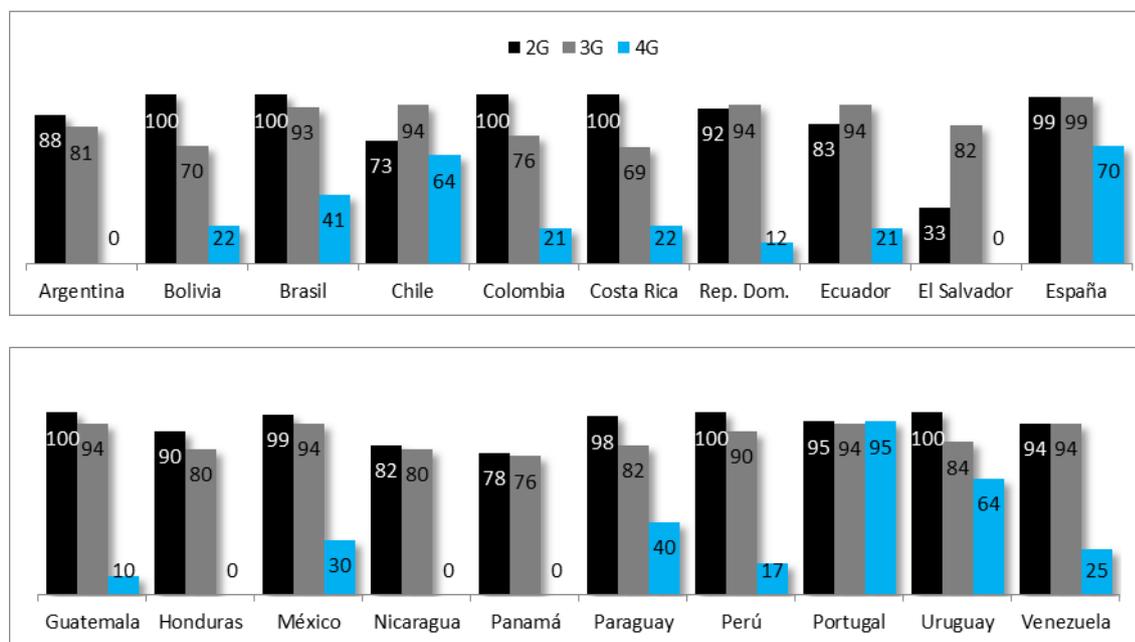
A expansão da cobertura 4G também se está a incrementar. Em meados de 2016, quase 60% da população latino-americana estava coberta com esta tecnologia e espera-se que, em 2017, essa percentagem alcance os 80%. Esta tendência, unida à crescente quantidade de *smartphones*, irá promover a migração para os serviços 4G, cuja adoção se prevê venha a representar quase 40% do total das conexões em 2020. Apesar do crescimento, a região continuará ligeiramente atrasada relativamente à média global e muito por detrás das regiões desenvolvidas da América do Norte, Ásia-Pacífico e Europa.

No entanto, a América Latina salienta que as suas redes de segunda e terceira geração têm uma cobertura quase universal, na medida em que as redes 4G-LTE começam a crescer a um ritmo acelerado. A cobertura de telefonia móvel com tecnologias de segunda e terceira geração é também plena e espera-se que daqui a poucos anos se repita o “milagre móvel” e a conectividade de banda larga móvel consiga fechar a fratura digital. No que respeita à 4G, a rede quase não se está a implementar na região, mas, uma vez mais chamam a atenção os casos de Espanha (o mais avançado da região com 84% de disponibilidade 4G), Uruguai (82%) e Portugal, com uma cobertura praticamente universal de 95%.



Fonte: OpenSignal The State of LTE, fevereiro de 2018.

Percentagem de cobertura de redes 2G, 3G e 4G na América Latina 2016



Fonte: GSMA Mobile Connectivity Index.

A adoção de *smartphones* disparou nos últimos anos, passando de menos de 15% das conexões em 2012 para pouco mais de 50% em meados de 2016, esperando-se que essa taxa de crescimento se mantenha constante. No final da presente década, a região irá registrar cerca de mais de 260 milhões de conexões de *smartphones* que no final de 2015. Do total das conexões, à volta de 70% irão corresponder a um *smartphone* e o Brasil manter-se-á na frente desta tendência, com um índice de adoção de quase 69%, apenas atrás de Espanha (72%).

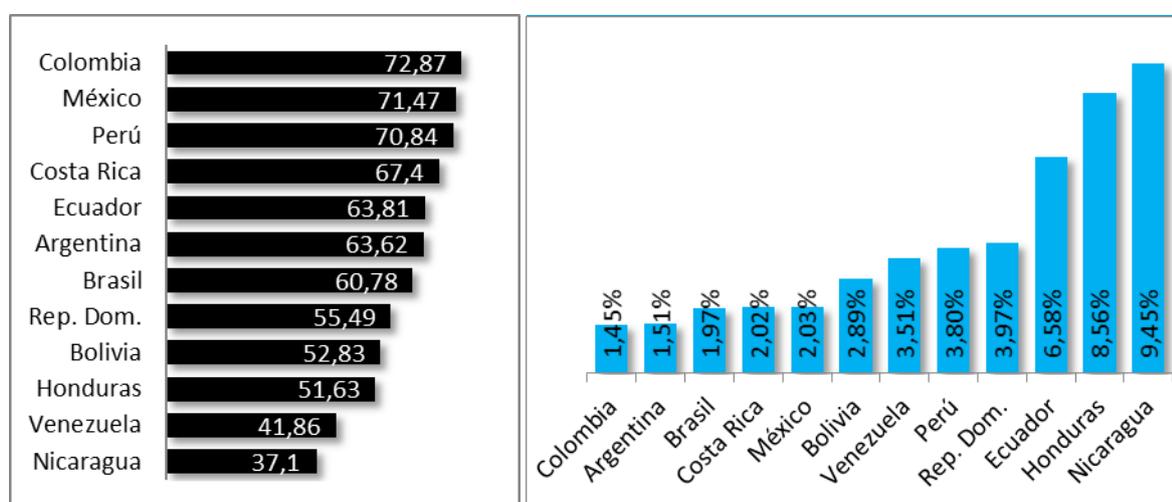


Fonte: GSMA Mobile Economy Latin America and Europa.

Deve sublinhar-se que na região da América Latina as duas barreiras mais importantes para a adoção de tecnologias e serviços são a falta de aptidões digitais e a ausência de conteúdos localmente relevantes, sobretudo nas línguas espanhola e portuguesa.

A acessibilidade é também um obstáculo, especialmente na base da pirâmide de rendimentos e devido aos níveis de desigualdade socioeconómicos. No entanto, a Internet é cada vez mais barata. Um estudo da Alliance for Affordable Internet (A4AI) refere que a Colômbia tem a Internet móvel mais barata da América Latina, seguida do México e Peru.

Países da América Latina com a Internet móvel mais barata e o preço de 1GB móvel de pré-pagamento como percentagem mensal do PIB



Fonte: 2017 Affordability Report. Embora se trate de um relatório de 2017, a acessibilidade corresponde a 2015.

Tráfego de dados

Em 2016, o tráfego global de dados móveis aumentou 63%. Este mesmo tráfego global de dados móveis alcançou os 7,2 exabytes mensais no final do mesmo ano, face aos 4,4 exabytes por mês de 2015 (um exabyte equivale a mil milhões de gigabytes e a mil petabytes). O tráfego de dados móveis aumentou 18 vezes nos últimos cinco anos.

Em 2016, o tráfego de quarta geração (4G) representou 69% do tráfego móvel. Embora em 2016 as conexões 4G representassem apenas 26% das conexões móveis, já equivaliam a 69% do tráfego de dados móveis, enquanto que as conexões 3G representavam 33% das conexões e 24% do tráfego. Em 2016, em média uma conexão 4G gerou quatro vezes mais tráfego que uma conexão 3G.

Em 2016, os downloads móveis ultrapassaram o tráfego celular com uma margem significativa. Em 2016, 60% do tráfego total de dados móveis foi descarregado na rede fixa através de Wi-Fi. No total, 10,7 exabytes de tráfego de dados móveis foram descarregados todos os meses na rede fixa. Assim, um dispositivo inteligente gerou 13 vezes mais tráfego que um dispositivo não inteligente. O uso médio dos telefones inteligentes cresceu 38%. A média de tráfego dos *smartphone* em 2016 foi de 1,614 MB por mês, relativamente aos 1,169 MB por mês em 2015.

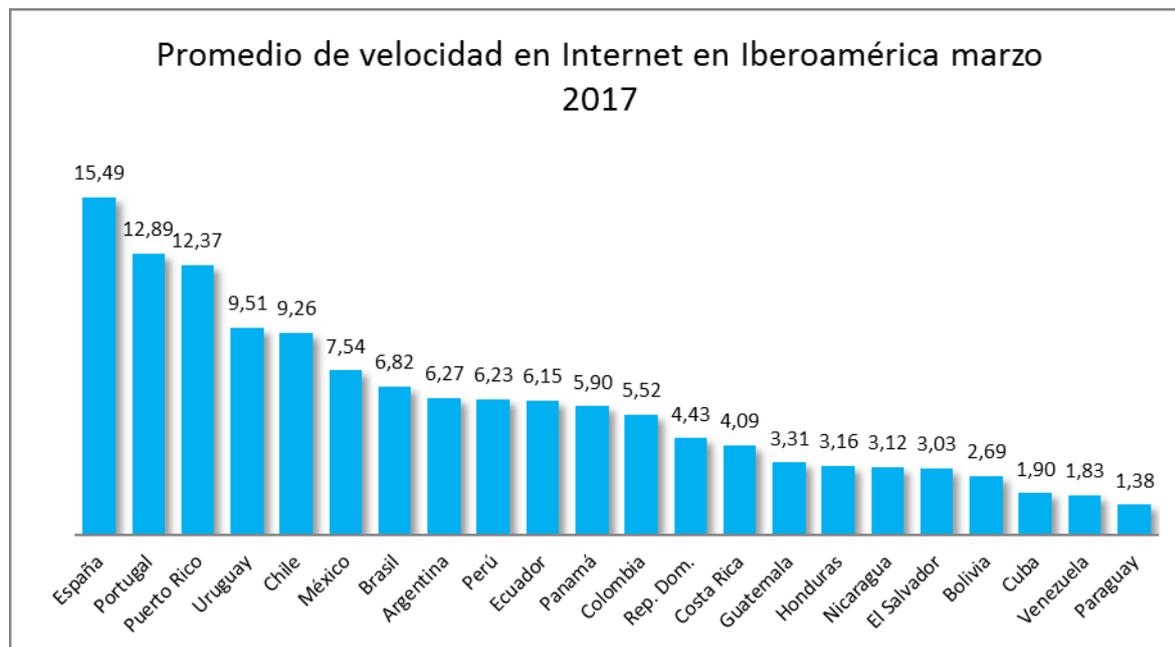
O tráfego de vídeo móvel representou 60% do tráfego total dos dados móveis de 2016. O tráfego de vídeo móvel equivale a mais de metade de todo o tráfego de dados móveis.

Em 2016, os telefones inteligentes (incluindo *tablets*) representavam 45% do total dos dispositivos móveis e conexões, mas equivaliam a 81% do total do tráfego móvel. Em 2016, os *smartphones* típicos geraram 48 vezes mais tráfego de dados móveis (1.614 MB por mês) que os telefones celulares de características básicas (que geraram apenas 33 MB por mês de tráfego de dados móveis).

Velocidade da Internet

As percentagens da velocidade na Internet também aumentaram, mas permanecem abaixo das dos países que têm maiores infraestruturas e conectividade. As velocidades de conexão da rede móvel (celular) cresceram mais de 3 vezes em 2016. A nível mundial, em 2016 a velocidade média da rede móvel descendente foi de 6.8 Mbps, face a 2.0 Mbps em 2015.

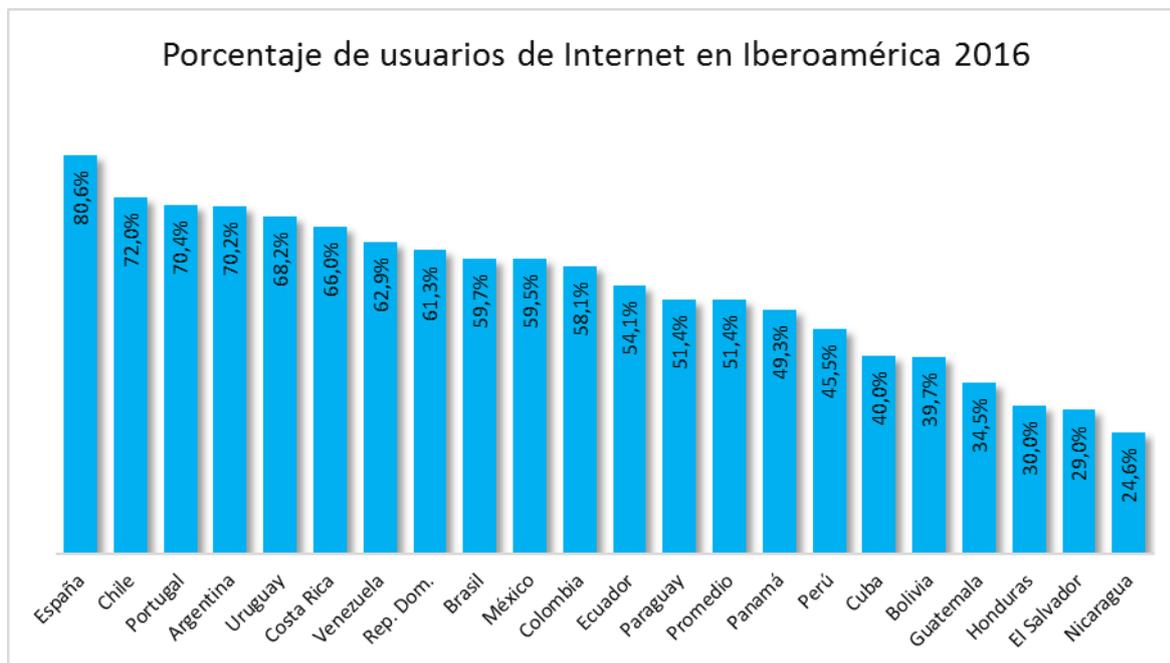
Espanha e Portugal estão muito acima do resto da América Latina (como em muitos outros indicadores), mas à medida que se destinam investimentos e implementam redes mais avançadas, a velocidade da Internet apresenta um maior crescimento. A média da Ibero-América ainda é muito baixa, de 4.66 Mbps.



Fonte: Akamai.

Utilizadores da Internet

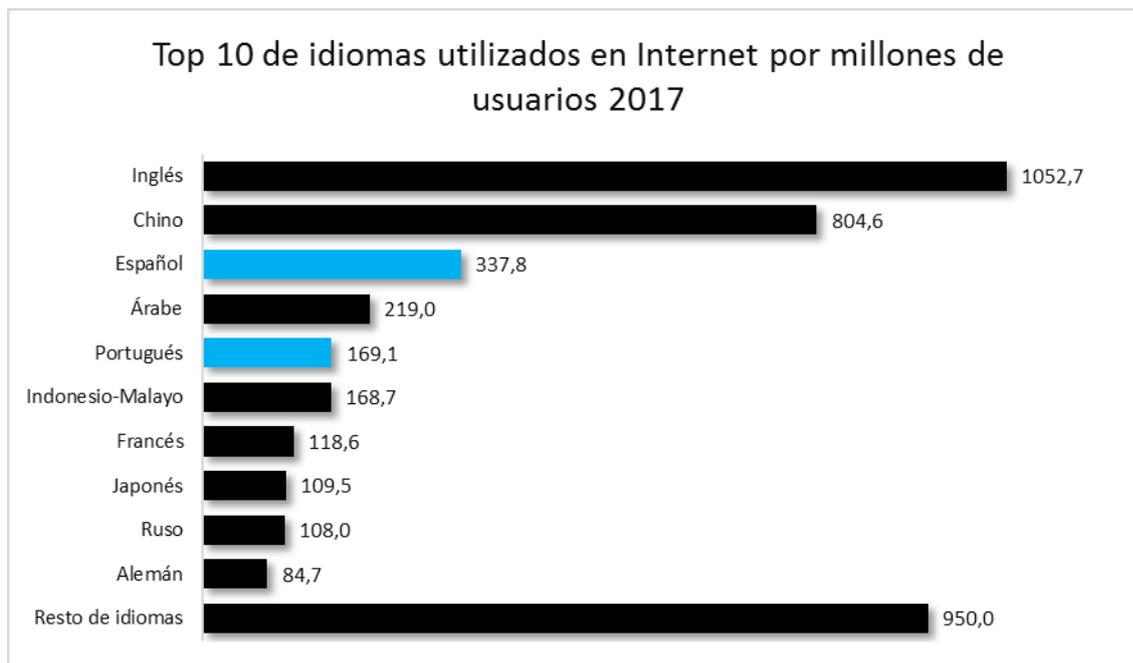
O número de utilizadores da Internet também aumentou; em média, cerca de 51% da população da Ibero-América tem acesso à rede. A América Latina fez um grande esforço para conectar os seus cidadãos através da formulação de políticas públicas. O Chile é o país líder em conectividade da América Latina, onde quase oito em cada dez habitantes têm acesso à Internet. Seguem-se a Argentina (70,2%), Uruguai (68,2%) e Costa Rica (66%).



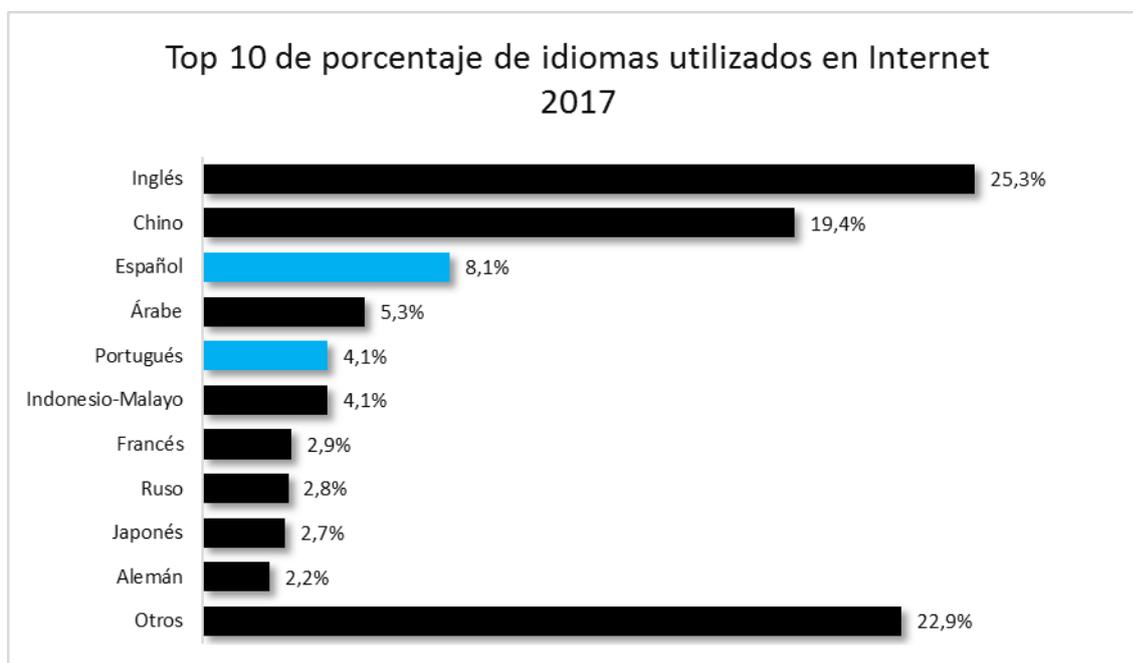
Fonte: Internet Live Stats.

O espanhol e o português no mundo da Internet

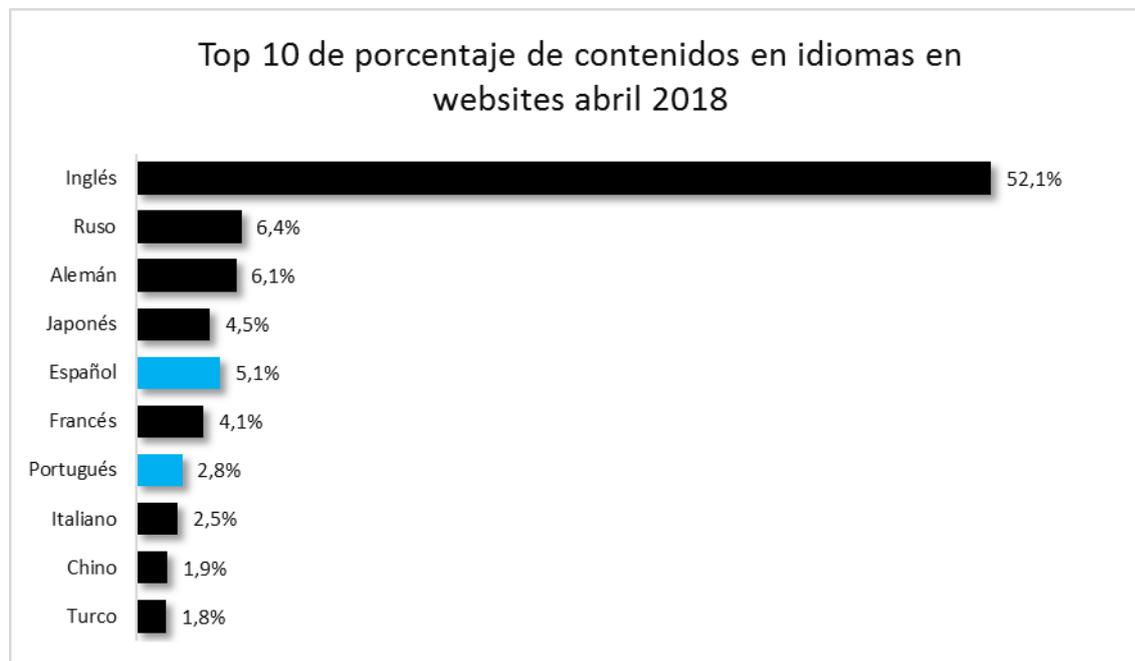
O inglês é a língua que domina a Internet, mas em terceira posição encontra-se o espanhol com 8,1% do total de utilizadores, situando-se o português em quinto lugar (4,1%), apoiado, sem dúvida, pelo elevado número da população brasileira.



Fonte: Internet World Stats.



Fonte: Internet World Stats.



Fonte: [w3techs](#).

A economia das comunicações móveis

Finalmente, em 2020 a economia das comunicações móveis contribuirá com 275 mil milhões de dólares, equivalentes a 4,5% do PIB da região, comparado com os 4,1% de 2013. No mesmo ano, as conexões atingirão os 890 milhões, uma taxa de penetração de 134%, sendo 605 milhões de *smartphones*, o que representa um crescimento de 80% a partir de 2013.

Em 2015 as tecnologias e os serviços móveis geraram 5% do PIB da América Latina, o que equivale a 250 mil milhões de dólares, que aumentarão para mais de 315 mil milhões de dólares (5,5% do PIB) em 2020.

Em 2015, o ecossistema das tecnologia e comunicações móveis gerou aproximadamente 1,9 milhões de empregos. Este valor inclui os postos de trabalho criados de forma direta pelo ecossistema e os originados de forma indireta pela atividade económica produzida pelo setor. O ecossistema móvel é também uma fonte substancial de financiamento para o setor público através de uma contribuição de cerca de 40 mil milhões de dólares em 2015 a título de impostos gerais para as finanças públicas.

Como já ser referiu, o desenvolvimento do ecossistema móvel cria novas oportunidades de crescimento e inovação. O crescimento do ecossistema móvel na América Latina está a criar novas oportunidades, especialmente para as pequenas e médias empresas locais e *start-ups* que podem aproveitar o incremento da conectividade para desenvolver conteúdos,

aplicações e soluções que acrescentem valor a novas áreas. A América Latina tem uma das taxas de utilização das redes sociais mais elevadas do mundo, que se regista, na sua maior parte, através da conectividade móvel. Um recente inquérito global realizado em 30 países revelou que a América Latina alberga três dos cinco maiores mercados de uso de redes sociais.

Uso social e cultural da Internet: que fazemos na rede?

Um estudo da Comissão Económica para América Latina e o Caribe (Cepal) sobre a nova revolução digital apela a passar da Internet do consumo para a Internet da produção. Os governos da América Latina já dedicaram consideráveis políticas e esforços para implantar infraestruturas e promover o acesso às Tecnologias da Informação e da Comunicação. Estas já permeiam todas as atividades quotidianas e a sua importância económica, social, política e cultural é cada vez maior.

O passo seguinte é utilizar a Internet de maneira cada vez mais produtiva, por forma a que acompanhe os hábitos dos utilizadores dos países em desenvolvimento que privilegiam as redes sociais ou a consulta do correio eletrónico. Os países da região podem acelerar outros usos da Internet como já acontece em latitudes mais avançadas, como na Europa. Trata-se de que a seguinte geração de políticas públicas promova conteúdos, aplicações e serviços públicos na rede para que os utilizadores os comecem a utilizar com maior familiaridade.

Para equiparar progressos e retrocessos, fazemos um exercício de comparação entre os hábitos de uso da Internet no México e na média da Europa. Embora a comparação seja arbitrária, pois a realidade das regiões da América Latina e da Europa é diferente, o estudo evidencia os usos da Internet que os habitantes das Américas podem usufruir (equiparando-os aos da Europa), com impactos positivos no exercício de direitos, qualidade de vida, conhecimento, produtividade e acesso à cultura.

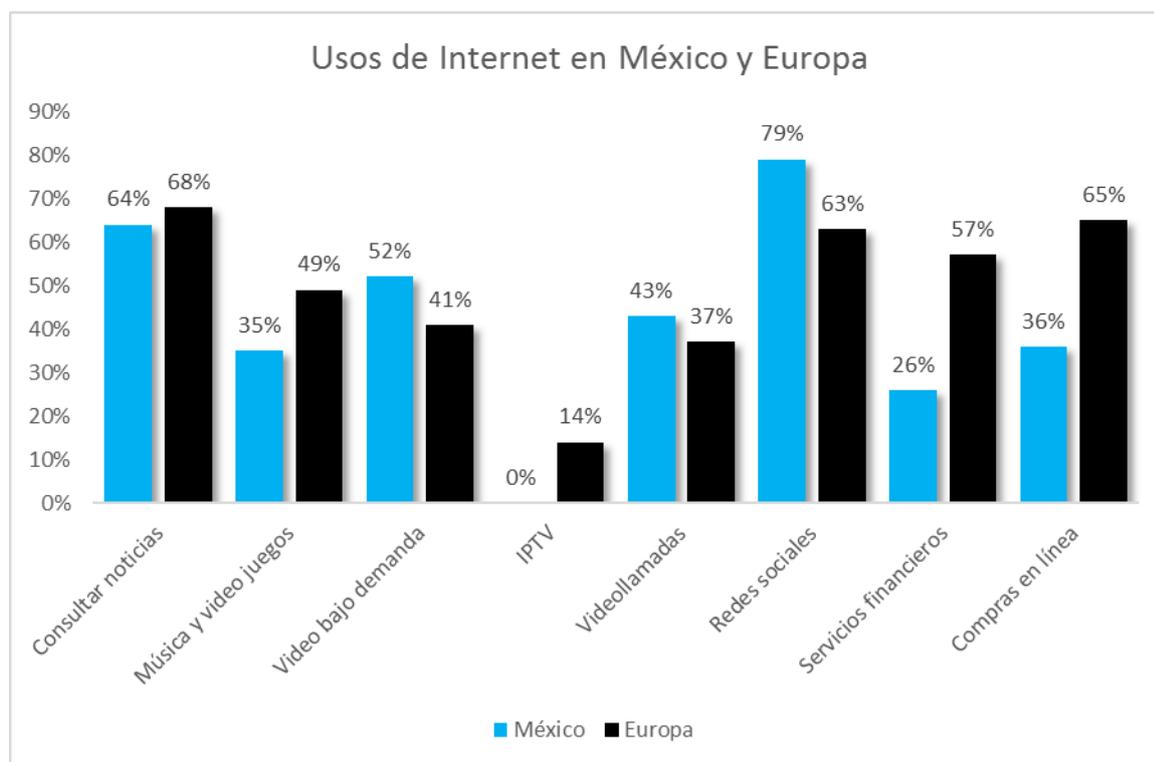
Entre os mexicanos, o aproveitamento da Internet para a realização de operações de banca on-line (26%) ou de governo eletrónico (17%) é muito inferior se comparado com os principais hábitos on-line. O estudo da Associação Mexicana de Internet (Amipci) refere-se aos hábitos dos utilizadores. No entanto, estes resultados contrastam com o Networked Readiness Index (NRI) do Fórum Económico Mundial (WEF, nas suas siglas em inglês), que regista em 2015 um uso “relativamente elevado” de TIC por parte do governo para interagir com a população. O país obtém um valor de 4,1 sobre 6 no uso das TIC por parte do governo e situa-se na 74ª posição de 139 países.

A nível mundial, em 2015 o continente americano contou com 651 milhões de pessoas que utilizaram a Internet (66% de penetração), em comparação com 487 milhões de europeus

(77,6% de penetração), segundo os valores da União Internacional de Telecomunicações (UIT).

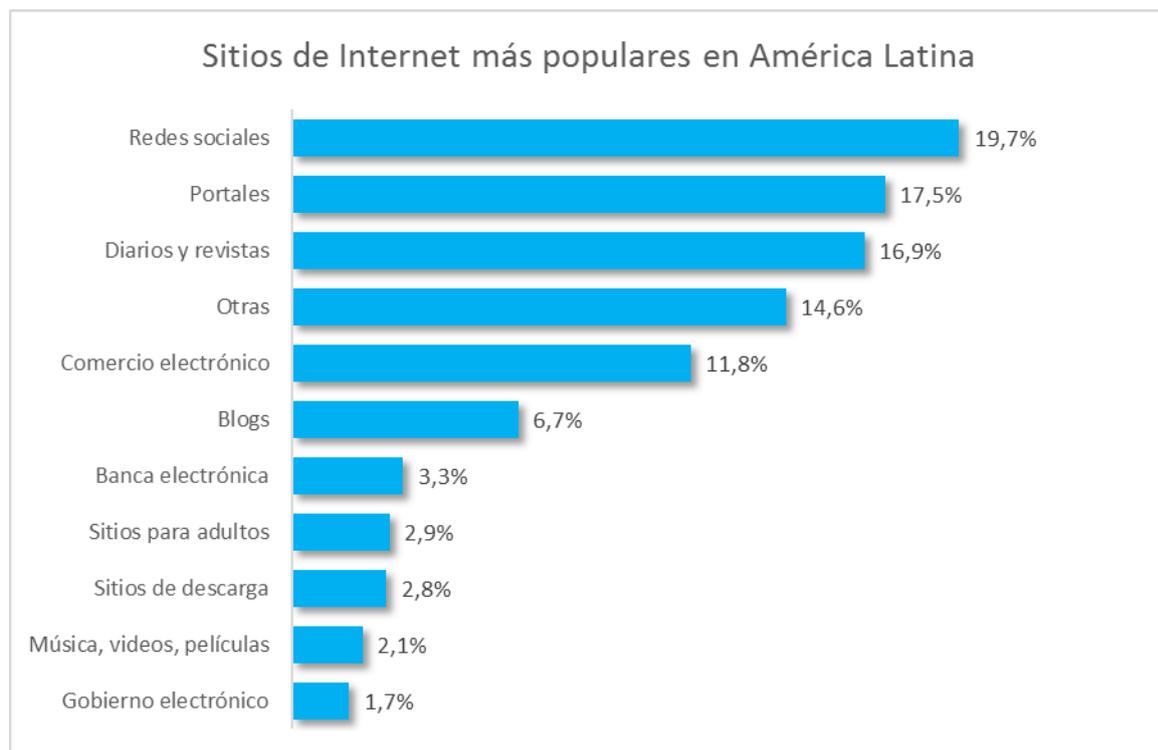
A comparação México vs. Europa mostra claramente usos diferenciados da Internet em diferentes atividades. A média da Europa é sempre superior nos serviços financeiros (57 vs. 26% do México), compras on-line (65 vs. 36%) e consulta de notícias (68 vs. 64%). Pelo contrário, o México é o campeão do consumo de redes sociais (79 vs. 63% na Europa) e consumo de vídeo *on demand* (52 vs. 41%). Os europeus também acedem às redes sociais (o que não é necessariamente uma atividade improdutiva), mas apenas em 63% dos casos face aos 79% do México.

Na banca on-line e comércio eletrónico aprecia-se um maior atraso por parte do México, comparativamente com a média dos utilizadores europeus. A comparação evidencia questões pendentes, tais como melhor conectividade, maior largura de banda, oferta de serviços on-line, maior segurança nas transações e mais alfabetização digital que desenvolva melhores competências on-line entre a população.



Fonte: Amipci 2016 e Digital Agenda Scoreboard 2016.

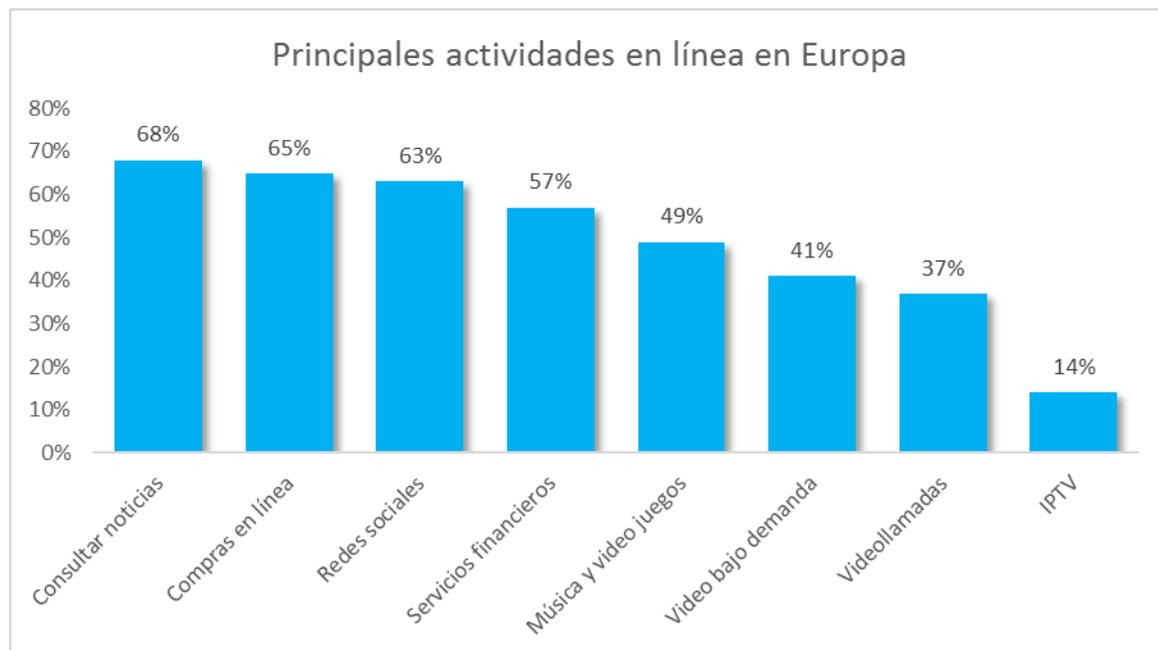
Quanto à América Latina e Caribe, o estudo *A nova revolução digital: da Internet do consumo à Internet da produção*, elaborado pela Cepal, refere que em 2014 o utilizador médio se conectou à Internet 21,7 horas por mês e que os principais sítios web visitados foram os das redes sociais, portais, diários e revistas. A Cepal sublinhou o pouco interesse por sítios web serviços de banca e governo eletrónico. O acesso prioritário foi também dirigido a sítios web extra-regionais (Google, Facebook, Microsoft, Yahoo e Wikipédia) e não a páginas locais.



Fonte: Cepal. *A nova revolução digital. Da Internet do consumo à Internet da produção*.

Em contraste, dados da Comissão Europeia (CE) demonstram que, em 2015, ao contrário dos latino-americanos, a principal atividade na Internet dos utilizadores do velho continente foi a leitura de notícias (68%) e, em segundo lugar, as compras on-line (65%), enquanto que as redes sociais e a banca on-line se situaram respetivamente em terceiro e quarto lugares (63% e 57%).

Nesse mesmo ano, quase dois terços (65%) dos europeus esteve diariamente on-line e 10% adicionais na Internet pelo menos uma vez por semana.



Fonte: Digital Agenda Scoreboard 2016.

A CE indicou que mais de metade dos utilizadores da Internet da região (57%) confiam na *web* para realizar atividades de banca eletrónica. Entre 88 e 93% dos utilizadores da Finlândia, Estónia, Países Baixos, Suécia e Dinamarca usam a banca on-line. Por sua vez, 63% dos internautas europeus aproveitam a rede para fazer compras, sendo o Reino Unido, Dinamarca, Suécia e Alemanha os países onde se realizam mais compras através da Internet (entre 80 e 85%).

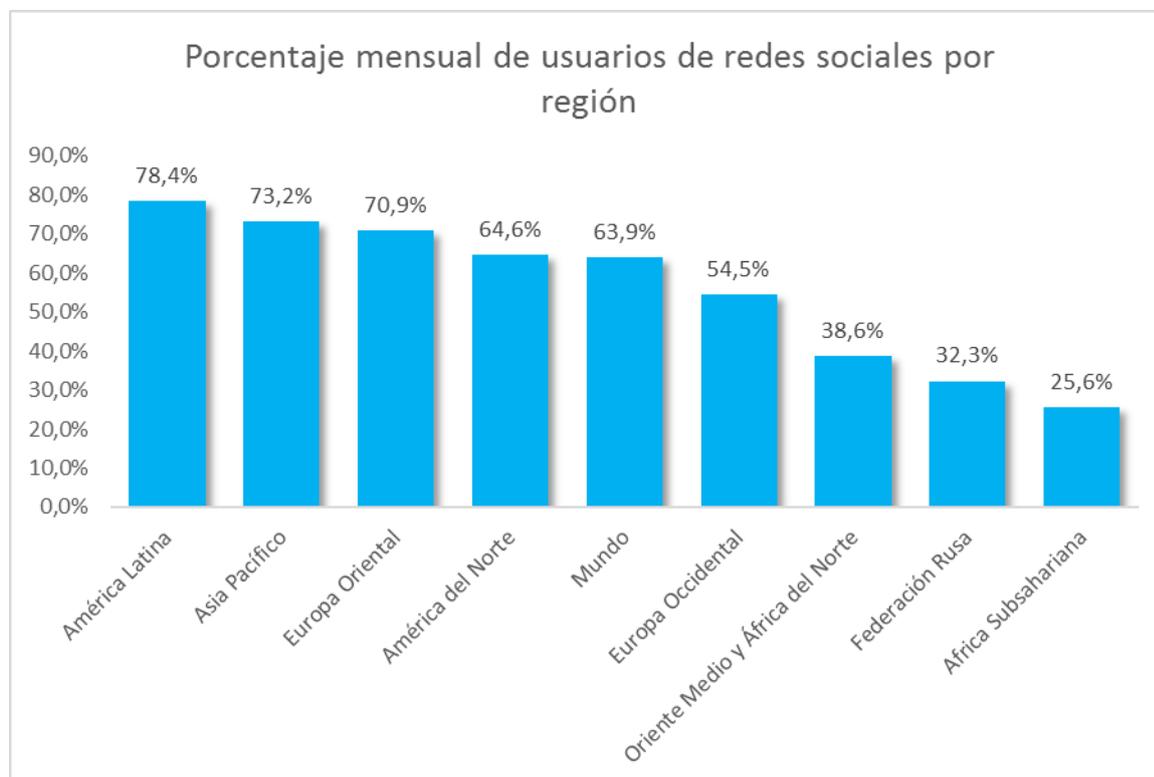
Além disso, o uso de serviços na nuvem (*cloud*) entre a população que acede à Internet na Europa está a aumentar pouco a pouco e faz parte das estatísticas da CE. Conforme os números, em 2014 apenas 27% dos utilizadores armazenavam ficheiros na Internet através de serviços como a Dropbox, Google Drive, iCloud e Flickr. Nesse segmento, a Dinamarca e o Reino Unido foram os países com maior percentagem de uso de serviços na nuvem para armazenar informação (44 e 42%, respetivamente).

A utilização da Internet para serviços relacionados com a saúde também começa a ser objeto de estudo. Uma investigação realizada pela BioMed Central, com cerca de cinco mil inquiridos (internautas) europeus descobriu que o uso da *web* com fins relacionados com a saúde é mais frequente nos países do Norte europeu, com a Dinamarca (62%), Noruega (59%) e Alemanha (49%) no topo da lista; nas nações do Leste, a Polónia (43%) e Letónia (35%); e nos países do Sul, com uma proporção menor, Portugal (30%) e Grécia (23%).

Outro ponto de comparação é o uso principal das redes sociais, não só no México mas também a nível latino-americano, em comparação com a consulta de notícias como atividade

primordial por parte dos internautas europeus. A Cepal refere que “o uso das redes sociais não está diretamente relacionado com os níveis de rendimentos”, pois o México, Argentina, Peru, Chile e Colômbia encontram-se entre os dez países do mundo com maior percentagem de utilizadores de redes sociais graças à redução dos preços do *hardware*, acesso à Internet e globalização de padrões de consumo, que “explicam a uniformidade e o crescimento do número de horas destinadas a estas atividades na região”.

A Cepal dá o exemplo do Brasil, que, apesar de não estar no *top ten* de maior percentagem de utilizadores das redes sociais do mundo, regista o maior número médio de visitantes diários a essas redes, a maior quantidade de minutos totais por visita e o maior número de páginas visitadas na região.



Fonte: Cepal. *A nova revolução digital. Da Internet do consumo à Internet da produção.*

Conclusões

1. Tal como se pode verificar através dos dados e infraestruturas das TIC, a Península Ibérica tem elevados níveis de conectividade. Por sua vez, a América Latina tem

níveis de acesso e conectividade razoáveis; no entanto, aproximadamente 50% da população ainda permanece desconectada da rede de redes.

2. Na Ibero-América há uma infraestrutura de TIC e cultural suficiente para oferecer à população produtos e serviços culturais através da Internet e assim garantir o direito de acesso à cultura.
3. Os governos devem fazer diagnósticos e conceber, implementar e executar políticas digitais na modalidade de agendas digitais para a cultura, bem como roteiros concretos e estratégicos para programar e garantir os direitos de acesso às TIC e à cultura.
4. Desenho de sítios web e de plataformas para a descarga *on demand* e em *streaming* de conteúdos musicais, audiovisuais e livros.
5. Os eixos estratégicos nos quais os governos podem centrar os seus esforços e recursos são os seguintes:
 - a. Digitalização do património cultural em todas as modalidades.
 - b. Produção de conteúdos digitais.
 - c. Criações digitais colaborativas.
 - d. Difusão e comunicação do património e dos conteúdos digitais no ecossistema digital.
 - e. Experimentação, inovação e criatividade das linguagens digitais.
 - f. Alfabetização digital.
 - g. Criação de conteúdos e serviços de educação artística *in situ* e à distância.
 - h. Promoção das indústrias culturais e criativas na dimensão digital.
 - i. Acesso *online* a vídeos *on demand* e em *streaming*.
 - j. Desenvolvimento de produtos e serviços que sejam comunicados através de sítios web multimédia.
 - k. Acessibilidade digital em espaços culturais, museus, estações arqueológicas, teatros, etc...
 - l. Uso de recursos digitais em exposições, espaços, recintos culturais e estações arqueológicas.
 - m. Uso de tecnologias avançadas, como a internet das coisas para a gestão do tráfego, manutenção e qualidade dos serviços, entre outros, em estações arqueológicas e museus.
 - n. Uso da análise dos grandes dados (Big Data) e inteligência artificial para a produção de indicadores e avaliação de políticas públicas, com o objetivo de prever e imaginar melhores políticas públicas para o setor cultural.
 - o. Implementação de sistemas de inclusão financeira digital e pagamentos para entrar em recintos culturais e comprar serviços culturais, incluindo os turísticos e os produtos aos criadores culturais e artesãos.

*Andorra | Argentina | Bolivia | Brasil | Colombia | Costa Rica | Cuba | Chile |
República Dominicana | Ecuador | El Salvador | España | Guatemala | Honduras |
México | Nicaragua | Panamá | Paraguay | Perú | Portugal | Uruguay | Venezuela*

