

# TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014

PESQUISA SOBRE O USO DA INTERNET  
POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL

**ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014**

*SURVEY ON INTERNET USE BY CHILDREN IN BRAZIL*

**cgi.br**

Comitê Gestor da Internet no Brasil  
Brazilian Internet Steering Committee  
[www.cgi.br](http://www.cgi.br)



Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional  
Attribution NonCommercial 4.0 International



#### Você tem o direito de:

*You are free to:*



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



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

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

#### De acordo com os seguintes termos:

*Under the following terms:*



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

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



**Não comercial:** Você não pode usar o material para fins comerciais.

*Noncommercial: You may not use this work for commercial purposes.*

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

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

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

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

# TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014

**PESQUISA SOBRE O USO DA INTERNET  
POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL**

**ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014**

*SURVEY ON INTERNET USE BY CHILDREN IN BRAZIL*

Comitê Gestor da Internet no Brasil  
*Brazilian Internet Steering Committee*  
[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

São Paulo  
2015

## Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR

*Brazilian Network Information Center*

**Diretor Presidente / CEO** : Demi Getschko

**Diretor Administrativo / CFO** : Ricardo Narchi

**Diretor de Serviços e Tecnologia / CTO** : Frederico Neves

**Diretor de Projetos Especiais e de Desenvolvimento / Director of Special Projects and Development**  
Milton Kaoru Kashiwakura

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

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

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

**Coordenação Executiva e Editorial / Executive and Editorial Coordination**

Alexandre F. Barbosa

**Coordenação Técnica / Technical Coordination**

Fabio Senne, Marcelo Pitta e Tatiana Jereissati

**Equipe Técnica / Technical Team**

Alessandra Almeida, Alisson Bittencourt, Camila Garroux, Isabela Coelho, José Marcio Martins Junior, Luana Thamiris de Oliveira, Luiza Mesquita, Maíra Ouriveis, Manuella Ribeiro, Maria Eugenia Sozio, Pedro Hadek, Suzana Jaíze Alves, Vanessa Henriques e Winston Oyadomari

**Edição / Edition**

**Comunicação NIC.br**: Caroline D’Avo, Everton Teles Rodrigues e Fabiana Araujo da Silva

**Apoio Editorial / Editorial Support**

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

**Tradução para o inglês / Translation into English**: Prioridade Consultoria Ltda., Luísa Caliri, Lorna Simons, Marc Dotto, Maya Bellomo-Johnson

**Projeto Gráfico e Editoração / Graphic Design and Publishing**: DB Comunicação Ltda. e Flavio Chin Chan

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

---

Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil [livro eletrônico] : TIC Kids Online Brasil 2014 = Survey on internet use by children in Brazil : ICT Kids online Brazil 2014 / [coordenação executiva e editorial/executive and editorial coordination Alexandre F. Barbosa] . -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015.  
3 Mb ; PDF.

Edição bilíngue: português/inglês.  
Vários tradutores.  
ISBN 978-85-5559-012-2

1. Escolas - Brasil 2. Internet e crianças 3. Internet e adolescentes 4. Internet (Rede de computadores) - Brasil 5. Tecnologia da informação e da comunicação - Brasil - Pesquisa I. Barbosa, Alexandre F. II. Título: ICT Kids online Brazil 2014 : survey on internet use by children in Brazil.

15-09874

CDD – 004.6072081

---

#### Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Tecnologias da informação e da comunicação : Uso : Pesquisa	004.6072081
2. Pesquisa : Tecnologia da informação e comunicação : Uso : Brasil	004.6072081

Esta publicação está disponível também em formato digital em [www.cetic.br](http://www.cetic.br)

*This publication is also available in digital format at [www.cetic.br](http://www.cetic.br)*

TIC Kids Online Brasil 2014  
Pesquisa sobre o Uso da Internet  
por Crianças e Adolescentes no Brasil

*ICT Kids Online Brazil 2014  
Survey on Internet use by Children in Brazil*

## **COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br**

*BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE (CGI.br)*

*(Em Dezembro de 2014 / In December, 2014)*

**Coordenador** / *Coordinator*

Virgílio Augusto Fernandes Almeida

**Conselheiros** / *Counselors*

Carlos Alberto Afonso

Cristiano Rocha Heckert

Demi Getschko

Eduardo Fumes Parajo

Eduardo Levy Cardoso Moreira

Flávia Lefèvre Guimarães

Flávio Rech Wagner

Francilene Procópio Garcia

Henrique Faulhaber

Lisandro Zambenedetti Granville

Luiz Alberto de Freitas B. Horta Barbosa

Luiz Antonio de Souza Cordeiro

Marcelo Bechara de Souza Hobaika

Marcos Dantas Loureiro

Marcos Vinícius de Souza

Maximiliano Salvadori Martinhão

Nivaldo Cleto

Percival Henriques de Souza Neto

Renato da Silveira Martini

Thiago Tavares Nunes de Oliveira

**Secretário executivo** / *Executive Secretary*

Hartmut Richard Glaser



## AGRADECIMENTOS

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 contou com o apoio de um importante grupo de especialistas, renomados pelo conhecimento em infância e tecnologia. A contribuição se deu por meio da validação dos indicadores, da metodologia e também da definição das diretrizes para a análise de dados. A colaboração desse grupo é fundamental para a identificação de novas áreas de investigação, aperfeiçoamento dos procedimentos metodológicos, além de ser primordial para se alcançar a produção de dados confiáveis. Cabe destacar que a importância em compreender os riscos e oportunidades envolvidos no uso das TIC por crianças e adolescentes serviu como motivação para que o grupo acompanhasse voluntariamente a pesquisa em meio a um esforço coletivo.

Na terceira edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) agradece especialmente aos seguintes especialistas:

**Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil (CERT.br)**

Lucimara Desiderá e Miriam von Zuben

**Consultoras em Educação e Mídias digitais**

Maria Inês Bastos, Regina de Alcântara Assis e Regina Festa

**Escola do Futuro (USP)**

Drica Guzzi

**Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef)**

Adriana Alvarenga, Gabriela Mora e Mario Volpi

**Instituto Alana**

Isabella Henriques e Renato Godoy

**Ministério da Justiça**

Danilo Cesar Maganhoto Doneda

**Opice Blum**

Juliana Abrusio

**Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) – Oficina Regional de Ciência de la Unesco para América Latina y el Caribe**

Guilherme Canela Godoi

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)**

Maria Elizabeth Bianconcini de Almeida

**Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ)**

Rita Migliora e Rosália Duarte

**Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR)**

Dilmeire Vosgerau

**SaferNet Brasil**

Rodrigo Nejm

**Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom)**

Jane Marques

**Universidade de São Paulo (USP)**

Claudemir Viana, Ismar de Oliveira Soares, e Rose de Melo Rocha

**Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)**

Evelyn Eisenstein

**Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)**

Maria Luiza Belloni

**Universidade Federal do Ceará (UFC)**

Ines Vitorino

**Universidade Nova de Lisboa**

Cristina Ponte e José Alberto Simões

**Universidade Presbiteriana Mackenzie**

Ubiratan de Moraes

## ACKNOWLEDGEMENTS

The ICT Kids Online Brazil 2014 survey relied on the support of an important group of experts, renowned for their competence, without which it would not be possible to refine the results henceforward presented in such a precise manner. Their contribution was made by validating indicators, methodology and the definition of guidelines for data analysis. This group's collaboration was instrumental for identifying new areas of investigation, improving methodological procedures and obtaining reliable data. It is worth emphasizing that the importance of understanding the risks and opportunities generated by the children use of ICTs were motivators for the group to voluntarily follow the survey amid a collective effort.

For the 3<sup>rd</sup> edition of the ICT Kids Online Brazil survey, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) would like to thank the following experts:

### **Alana Institute**

Isabella Henriques  
and Renato Godoy

### **Brazilian National Computer Emergency Response Team (CERT.br)**

Lucimara Desiderá and Miriam von Zuben

### **Brazilian Society of Interdisciplinary Studies in Communication (Intercom)**

Jane Marques

### **Education and Digital Media Advisers**

Maria Inês Bastos, Regina de Alcântara Assis  
and Regina Festa

### **Escola do Futuro (USP)**

Drica Guzzi

### **Federal University of Ceará (UFC)**

Inês Vitorino Sampaio

### **Federal University of Santa Catarina (UFSC)**

Maria Luiza Belloni

### **Mackenzie Presbyterian University**

Ubiratan de Moraes

### **Ministry of Justice**

Danilo Cesar Maganhoto Doneda

### **New University of Lisbon**

Cristina Ponte and José Alberto Simões

### **Opice Blum**

Juliana Abrusio

### **Pontifical Catholic University of São Paulo (PUC-SP)**

Maria Elizabeth Bianconcini de Almeida

### **Pontifical Catholic University of Paraná (PUC-PR)**

Dilmeire Vosgerau

### **Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC-RJ)**

Rita Migliora and Rosália Duarte

### **Rio de Janeiro State University (UERJ)**

Evelyn Eisenstein

### **SaferNet Brasil**

Rodrigo Nejm

### **United Nations Children's Fund (Unicef)**

Adriana Alvarenga, Gabriela Mora and Mario Volpi

### **United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco) –**

**Oficina Regional de Ciencia de la Unesco  
para América Latina y el Caribe**

Guilherme Canela Godoi

### **University of São Paulo (USP)**

Claudemir Viana, Ismar de Oliveira Soares  
and Rose de Melo Rocha

## SUMÁRIO / CONTENTS

- 5 **AGRADECIMENTOS / ACKNOWLEDGEMENTS**, 6
- 19 **PREFÁCIO / FOREWORD**, 169
- 21 **APRESENTAÇÃO / PRESENTATION**, 171
- 23 **INTRODUÇÃO / INTRODUCTION**, 173

### PARTE 1: ARTIGOS / PART 1: ARTICLES

- 31 **HABILIDADES TÉCNICAS E O ENFRENTAMENTO DO USO ABUSIVO DE DADOS PESSOAIS E AGRESSÃO ENTRE PARES EM REDES SOCIAIS**  
*TECHNICAL SKILLS AND COPING WITH PERSONAL DATA MISUSE AND PEER AGGRESSION ON SOCIAL NETWORKING SITES*, 181  
MONICA BARBOVSKI
- 37 **PROTEÇÃO DE DADOS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA INTERNET**  
*PROTECTING CHILDREN'S DATA ON THE INTERNET*, 187  
DANILO DONEDA E CAROLINA ROSSINI
- 47 **PROIBIR, VIGIAR OU REGRAR O USO DAS REDES SOCIAIS POR CRIANÇAS?**  
*SHOULD WE PROHIBIT, MONITOR, OR REGULATE THE USE OF SOCIAL NETWORKS BY CHILDREN?*, 197  
DRICA GUZZI
- 53 **MUDANÇAS NAS EXPERIÊNCIAS ON-LINE DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE UMA PERSPECTIVA LONGITUDINAL**  
*CHILDREN'S CHANGING ONLINE EXPERIENCES IN A LONGITUDINAL PERSPECTIVE*, 203  
UWE HASEBRINK
- 69 **A COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA DIRECIONADA À CRIANÇA NA INTERNET E A FINALIDADE SOCIAL DA REDE**  
*ONLINE MARKETING COMMUNICATIONS DIRECTED AT CHILDREN AND THE SOCIAL PURPOSE OF THE INTERNET*, 217  
EKATERINE KARAGEORGIADIS E RENATO GODOY DE TOLEDO
- 79 **USOS E APROPRIAÇÕES DA INTERNET POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES: ANÁLISE COMPARATIVA DAS DUAS ONDAS DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL**  
*INTERNET USE AND APPROPRIATION BY CHILDREN: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE LATEST EDITIONS OF ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEYS*, 227  
JANE A. MARQUES

- 93 **COMUNICAÇÃO MÓVEL: UM CAMINHO PARA A INCLUSÃO DIGITAL?**  
*MOBILE COMMUNICATION AS A PATH TO DIGITAL INCLUSION, 241*  
GIOVANNA MASCHERONI
- 101 **MEDIAÇÕES PARA BOAS ESCOLHAS EM TEMPOS DE MOBILIDADE**  
*MEDIATION FOR GOOD CHOICES IN TIMES OF MOBILITY, 249*  
RODRIGO NEJM
- 111 **CRIANÇAS DE 5 A 8 ANOS USUÁRIAS DE INTERNET: DESAFIOS E RECOMENDAÇÕES PARA PAIS E EDUCADORES**  
*INTERNET USERS OF AGES 5 TO 8: CHALLENGES AND RECOMMENDATIONS FOR PARENTS AND EDUCATORS, 259*  
MIRIAM VON ZUBEN

**PARTE 2: TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014**

*PART 2: ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014*

- 123 **RELATÓRIO METODOLÓGICO – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014**  
*METHODOLOGICAL REPORT – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014, 271*
- 141 **ANÁLISE DOS RESULTADOS – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014**  
*ANALYSIS OF RESULTS – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014, 289*

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

- 317 **CRIANÇAS E ADOLESCENTES**  
*CHILDREN*
- 362 **PAIS OU RESPONSÁVEIS**  
*PARENTS OR LEGAL GUARDIANS*

**PARTE 4: APÊNDICES / PART 4: APPENDICES**

- 385 **LISTA DE ABREVIATURAS**  
*LIST OF ABBREVIATIONS, 387*

## LISTA DE GRÁFICOS / CHART LIST

### ARTIGOS / ARTICLES

- 58 QUANDO AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES COMEÇARAM A USAR A INTERNET?  
*WHEN DO CHILDREN START TO GO ONLINE?, 208*
- 59 POR QUANTO TEMPO CRIANÇAS E ADOLESCENTES FICAM ON-LINE?  
*HOW LONG ARE CHILDREN ONLINE?, 209*
- 60 FAIXA DE ATIVIDADES ON-LINE  
*RANGE OF ONLINE ACTIVITIES, 210*
- 61 HABILIDADES ON-LINE  
*ONLINE SKILLS, 211*
- 62 CONHECIMENTO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES COMPARADO AO CONHECIMENTO DOS PAIS SOBRE A INTERNET  
*CHILDREN'S KNOWLEDGE COMPARED TO PARENTS' KNOWLEDGE ABOUT THE INTERNET, 212*
- 63 EXPERIÊNCIA RELATIVA AOS RISCOS DA INTERNET  
*RISK EXPERIENCES, 213*
- 64 RESILIÊNCIA: ENTRE OS QUE ENCONTRARAM ALGUM RISCO, QUANTOS NÃO SE SENTEM INCOMODADOS?  
*RESILIENCE: AMONG THOSE WHO ENCOUNTER RISKS, HOW MANY DO NOT FEEL BOTHERED?, 214*
- 96 LOCAIS DE ACESSO À INTERNET, POR ESTRATO SOCIOECONÔMICO, COMPARADOS À MÉDIA EUROPEIA  
*LOCATIONS OF INTERNET ACCESS, BY SES, COMPARED TO EUROPEAN AVERAGE, 244*
- 97 EQUIPAMENTOS USADOS PARA ACESSAR A INTERNET, POR ESTRATO SOCIOECONÔMICO, COMPARADOS À MÉDIA EUROPEIA  
*DEVICES USED TO GO ONLINE, BY SES, COMPARED WITH THE EUROPEAN AVERAGE, 245*
- 99 TIPOS DE CONEXÃO PARA ACESSO À INTERNET VIA SMARTPHONES/CELULARES, POR ESTRATO SOCIOECONÔMICO, COMPARADAS À MÉDIA EUROPEIA  
*WAYS OF CONNECTING TO THE INTERNET THROUGH SMARTPHONES/MOBILE PHONES, BY SES, COMPARED WITH THE EUROPEAN AVERAGE, 247*

### RELATÓRIO METODOLÓGICO / METHODOLOGICAL REPORT

- 133 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO REGIÃO  
*SAMPLE PROFILE BY REGION, 281*

- 133 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO CLASSE SOCIAL  
*SAMPLE PROFILE BY SOCIAL CLASS, 281*
- 134 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO RENDA FAMILIAR  
*SAMPLE PROFILE BY FAMILY INCOME, 282*
- 134 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE  
*SAMPLE PROFILE BY SEX OF CHILD, 282*
- 135 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE  
*SAMPLE PROFILE BY AGE GROUP OF CHILD, 283*
- 135 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO SEXO DO PAI OU RESPONSÁVEL ENTREVISTADO  
*SAMPLE PROFILE BY SEX OF INTERVIEWED PARENT OR LEGAL GUARDIAN, 283*

### ANÁLISE DOS RESULTADOS / ANALYSIS OF RESULTS

- 144 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET (2013–2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET (2013–2014), 292*
- 145 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET, POR FAIXA ETÁRIA (2014) – TELEFONE CELULAR E TABLET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET, BY AGE GROUP (2014) – MOBILE PHONE AND TABLET, 293*
- 146 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET (2012–2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS (2012–2014), 294*
- 147 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET, POR FAIXA ETÁRIA (2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY AGE GROUP (2014), 295*
- 148 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET (2012–2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE (2012–2014), 296*
- 149 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS – ATIVIDADES SELECIONADAS (2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITY CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE LAST MONTH – SELECTED ACTIVITIES (2014), 297*
- 151 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET PARA CADA ATIVIDADE REALIZADA NO ÚLTIMO MÊS – ATIVIDADES SELECIONADAS (2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE, BY EACH ACTIVITY CARRIED OUT IN THE LAST MONTH – SELECTED ACTIVITIES (2014), 299*
- 152 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL PRÓPRIO EM REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL (2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS (2014), 300*
- 153 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONFIGURAÇÃO DE PRIVACIDADE NO PERFIL DA REDE SOCIAL (2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRIVACY SETTING ON SOCIAL NETWORKING PROFILE (2014), 301*

- 154 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA OU PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2013–2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING OR PUBLICITY TO WHICH THEY WERE EXPOSED IN THE LAST 12 MONTHS (2013–2014), 302*
- 155 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM AOS PAIS ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PUBLICIDADE OU PROPAGANDA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL (2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO ASKED THEIR PARENTS FOR A PRODUCT AFTER BEING EXPOSED TO ADVERTISEMENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS (2014), 303*
- 157 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES NO USO DA INTERNET (2013–2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS (2013–2014), 305*
- 159 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE OCORRÊNCIAS VIVENCIADAS EM DECORRÊNCIA DO USO DA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2013–2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF SITUATIONS EXPERIENCED AS A RESULT OF INTERNET USE IN THE LAST 12 MONTHS (2013–2014), 307*
- 159 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDO COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR FAIXA ETÁRIA (2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF CONTENT ENCOUNTERED ON WEBSITES IN THE LAST 12 MONTHS, BY AGE GROUP (2014), 307*
- 161 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS USARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES, POR CLASSE SOCIAL (2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS USED THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS, BY SOCIAL CLASS (2014), 309*
- 162 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO RECEBIDA PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS (2012–2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT (2012–2014), 310*
- 163 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PERMISSÃO RECEBIDA PARA ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS (2014)  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PERMISSION RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT (2014), 311*

## LISTA DE TABELAS / TABLE LIST

### ARTIGOS / ARTICLES

- 56 GRUPOS DE PAÍSES COM BASE NO STATUS DA PENETRAÇÃO DA INTERNET  
*BUILDING GROUPS OF COUNTRIES BASED ON THE STATUS OF INTERNET DIFFUSION, 206*
- 65 GRUPOS DE PAÍSES BASEADOS EM: (A) DIFUSÃO DA INTERNET (GRUPOS I-IV) E (B) EXPERIÊNCIAS ON-LINE DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES  
*GROUPS OF COUNTRIES BASED ON (A) INTERNET DIFFUSION (GROUPS I-IV) AND (B) CHILDREN'S ONLINE EXPERIENCES, 215*
- 80 PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DE INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA  
*PROPORTION OF INTERNET USERS BY AGE GROUP, 228*
- 81 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS, 229*
- 82 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR IDADE DO PRIMEIRO ACESSO À INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA  
*PROPORTION OF CHILDREN BY AGE OF FIRST INTERNET ACCESS, BY AGE GROUP, 230*
- 83 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET, SEGUNDO RENDA FAMILIAR E CLASSE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET, BY HOUSEHOLD INCOME AND SOCIAL CLASS, 231*
- 84 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TEMPO DESPENDIDO NA INTERNET EM UM DIA DE SEMANA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TIME SPENT ON THE INTERNET ON WEEKDAYS, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS, 232*
- 85 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TEMPO DESPENDIDO NA INTERNET EM UM FINAL DE SEMANA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TIME SPENT ON THE INTERNET ON WEEKENDS, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS, 233*
- 86 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TEMPO DESPENDIDO NA INTERNET EM UM DIA DE SEMANA E NO FINAL DE SEMANA  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TIME SPENT ON THE INTERNET ON WEEKDAYS AND WEEKENDS, 234*
- 87 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR REDE SOCIAL UTILIZADA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY SOCIAL NETWORK USED, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS, 235*

- 87 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM NO PERFIL DA REDE SOCIAL, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY NUMBER OF CONTACTS THEY HAVE ON THEIR SOCIAL NETWORKING PROFILE, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS, 235*
- 88 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONFIGURAÇÃO DE PRIVACIDADE NO PERFIL DA REDE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRIVATE SETTINGS ON THEIR SOCIAL NETWORKING PROFILES, 236*
- 89 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS, 237*
- 90 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET PARA CADA ATIVIDADE REALIZADA NO ÚLTIMO MÊS – 11-17 ANOS  
*PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE FOR EACH ACTIVITY CARRIED OUT IN THE PAST MONTH – 11- TO 17-YEAR-OLDS, 238*

**RELATÓRIO METODOLÓGICO / METHODOLOGICAL REPORT**

- 129 DISTRIBUIÇÃO DAS ENTREVISTAS, POR REGIÃO E ESTRATO  
*DISTRIBUTION OF INTERVIEWS BY GEOGRAPHIC REGION AND STRATUM, 277*

## LISTA DE FIGURAS / *FIGURE LIST*

### ARTIGOS / *ARTICLES*

- 54 FATORES DE MUDANÇA NO PROCESSO DE APROPRIAÇÃO SOCIAL DAS MÍDIAS ON-LINE  
*FACTORS OF CHANGE WITHIN THE PROCESS OF SOCIETAL APPROPRIATION OF ONLINE MEDIA, 204*
- 56 DIFERENÇAS TRANSVERSAIS ENTRE OS PAÍSES A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA LONGITUDINAL  
*CROSS-SECTIONAL DIFFERENCES BETWEEN COUNTRIES FROM A LONGITUDINAL PERSPECTIVE, 206*

### RELATÓRIO METODOLÓGICO / *METHODOLOGICAL REPORT*

- 126 INFORMAÇÕES SOBRE OS QUESTIONÁRIOS DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014  
*INFORMATION ON THE QUESTIONNAIRES OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014 SURVEY, 274*

## LISTA DE TABELAS DE RESULTADOS TABLES OF RESULTS LIST

### INDICADORES SELECIONADOS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES

#### SELECTED INDICATORS FOR CHILDREN

- 317 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET*
- 319 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONEXÃO PARA ACESSO À INTERNET VIA CELULAR  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INTERNET CONNECTION VIA MOBILE PHONE*
- 320 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET*
- 322 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE*
- 323 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS  
*PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH*
- 329 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL PRÓPRIO EM REDES SOCIAIS  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON SOCIAL NETWORKING SITES*
- 330 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PRINCIPAL REDE SOCIAL UTILIZADA  
*PROPORTION OF CHILDREN BY MAIN SOCIAL NETWORKING SITE USED*
- 331 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM NO SEU PERFIL DA REDE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY NUMBER OF CONTACTS ON SOCIAL NETWORKING PROFILE*
- 333 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONFIGURAÇÃO DE PRIVACIDADE NO PERFIL DA REDE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRIVACY SETTINGS ON THE SOCIAL NETWORKING PROFILE*
- 334 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO PERFIL DA REDE SOCIAL  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION SHARED THROUGH THE SOCIAL NETWORKING PROFILE*
- 336 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES EM RELAÇÃO AO USO DA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY PERCEPTION REGARDING THEIR INTERNET SKILLS*

- 339 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES NO USO DA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS*
- 342 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE A EXISTÊNCIA DE COISAS QUE POSSAM INCOMODÁ-LOS NA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY PERCEPTION REGARDING THE PRESENCE OF POTENTIALLY BOTHERSOME CONTENT ON THE INTERNET*
- 343 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIGEM DOS CONSELHOS RECEBIDOS SOBRE USO SEGURO DA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY SOURCE OF ADVICE RECEIVED REGARDING SAFE INTERNET USE*
- 345 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PRINCIPAL ORIGEM DOS CONSELHOS RECEBIDOS SOBRE USO SEGURO DA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY MAIN SOURCE OF ADVICE RECEIVED REGARDING SAFE INTERNET USE*
- 347 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING SEEN IN THE LAST 12 MONTHS*
- 350 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PROCURARAM INFORMAÇÕES SOBRE ALGUMA MARCA OU PRODUTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO SEARCHED INFORMATION ABOUT ANY BRAND OR PRODUCT ONLINE IN THE PAST 12 MONTHS*
- 351 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE REALIZARAM ALGUMA COMPRA EM JOGOS NA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO BOUGHT SOMETHING IN ONLINE GAMES*
- 352 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMA DE INTERAÇÃO COM PROPAGANDAS E PUBLICIDADE EM REDES SOCIAIS  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INTERACTION WITH ADVERTISMENTS ON SOCIAL NETWORKS*
- 353 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE FORAM TRATADOS DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO RECEIVED OFFENSIVE TREATMENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS*
- 354 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM IMAGENS OU VÍDEOS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO SAW SEXUAL CONTENT IN IMAGES OR VIDEOS ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS*
- 355 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM OU RECEBERAM MENSAGENS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO SAW OR RECEIVED SEXUAL CONTENT IN MESSAGES IN THE LAST 12 MONTHS*
- 356 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ENVIARAM OU POSTARAM MENSAGENS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO SENT OR POSTED MESSAGES OF SEXUAL CONTENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS*
- 357 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ TIVERAM CONTATO COM ALGUÉM NA INTERNET QUE NÃO CONHECIAM PESSOALMENTE  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO HAD CONTACT WITH SOMEONE ON THE INTERNET THEY DID NOT PERSONALLY KNOW*

- 358 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ENCONTRARAM PESSOALMENTE COM ALGUÉM QUE CONHECERAM NA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE MET IN PERSON WITH SOMEONE THEY MET ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS*
- 359 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE  
*PROPORTION OF CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY*
- 360 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDOS SENSÍVEIS COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
*PROPORTION OF CHILDREN BY SENSITIVE CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT IN THE LAST 12 MONTHS*

### INDICADORES SELECIONADOS PARA PAIS OU RESPONSÁVEIS

#### SELECTED INDICATORS FOR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

- 362 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS USARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES  
*PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS USED THE INTERNET IN THE PAST THREE MONTHS*
- 363 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS*
- 365 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS*
- 366 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
*PROPORTION OF CHILDREN USING INTERNET SAFELY, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT*
- 367 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO QUE COSTUMAM RECEBER PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE USUALLY RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT*
- 369 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO RECEBIDA PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT*
- 371 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES UTILIZADAS PELOS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE USO SEGURO DA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY SOURCES OF INFORMATION USED BY PARENTS OR LEGAL GUARDIANS REGARDING SAFE INTERNET USE*

- 374 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES DESEJADAS PELOS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE USO SEGURO DA INTERNET  
*PROPORTION OF CHILDREN BY DESIRED SOURCES OF INFORMATION REGARDING SAFE INTERNET USE, ACCORDING TO THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS*
- 377 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NÃO APROPRIADA PARA A IDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO WERE IN CONTACT WITH ONLINE ADVERTISING CONSIDERED INAPPROPRIATE FOR THEIR AGE, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT*
- 378 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM AOS PAIS ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
*PROPORTION OF CHILDREN WHO ASKED TO THEIR PARENTS FOR A PRODUCT AFTER HAVING CONTACT WITH ONLINE ADVERTISEMENT IN THE LAST 12 MONTHS, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT*
- 379 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
*PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER HAVING CONTACT WITH ONLINE ADVERTISEMENT IN THE LAST 12 MONTHS, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT*
- 382 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS COMPRARAM ALGUM PRODUTO QUE PEDIRAM APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
*PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS PURCHASED A PRODUCT REQUESTED AFTER HAVING CONTACT WITH ONLINE ADVERTISEMENT IN THE LAST 12 MONTHS*

## PREFÁCIO

Em 2015, o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) completa 20 anos de sua criação, implantando um modelo de governança multissetorial da Internet sempre citado como exemplo a seguir. Com a publicação do “decálogo” de princípios da Internet no país, em 2009, o CGI.br apresentou uma importante contribuição para proteger a rede e melhorar o entendimento de seus conceitos.

Também comemoramos em 2015 o primeiro ano da aprovação do Marco Civil da Internet, que hoje encontra-se em processo de regulamentação. O Marco Civil, alvo das melhores referências dos especialistas na área como exemplo único de legislação, é fundamental para a demarcação dos direitos e deveres dos que atuam e empreendem na rede.

Além disso, há um ano ocorria o NETMundial, Encontro Multissetorial Global sobre o Futuro da Governança da Internet, que foi convocado para discutir aspectos importantes para a evolução futura da Internet a partir de uma perspectiva multissetorial. O NETMundial foi o primeiro encontro do gênero a produzir dois documentos como resultado: uma declaração de princípios e um mapa do caminho para um ecossistema sempre amplo e aberto.

E, olhando para o nosso Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), por fim, estamos com 10 anos de produção de estatísticas e indicadores TIC. Essa é uma atividade que o Cetic.br conduz dentro do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br). Com a geração de estatísticas atualizadas, produzidas com rigor técnico e internacionalmente comparáveis, é possível subsidiar a sociedade com dados sobre os impactos socioeconômicos das TIC, contribuindo assim para políticas públicas mais efetivas e eficazes e para o desenvolvimento da Internet no Brasil.

Com a publicação da terceira edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil, o Cetic.br apresenta resultados que contribuem para a análise de mudanças ocorridas nos padrões de uso da Internet e para mapear as formas de uso das TIC e as estratégias de mediação desempenhadas por pais/responsáveis.

Por meio das pesquisas realizadas pelo Cetic.br, seguimos no cumprimento de nossa missão de coletar, organizar e disseminar dados confiáveis sobre os serviços de Internet no Brasil. Os resultados e as análises que constam desta publicação permitem não apenas ampliar o conhecimento sobre as implicações socioeconômicas da Internet, mas também subsidiar o desenvolvimento de políticas públicas destinadas à promoção de uma Internet melhor.

Boa leitura!

**Demi Getschko**

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



## APRESENTAÇÃO

Criado em 1995, o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) completou este ano duas décadas de existência. Nesse período, o CGI.br vem exercendo um papel fundamental para a construção de uma Internet de qualidade e inclusiva para todos os brasileiros. Hoje, o Brasil conta com mais de 94 milhões de usuários da rede, e o número cresce a cada dia. O avanço da rede no país coincide com o reconhecimento que o CGI.br conquistou nos contextos nacional e internacional como sendo uma instituição admirada, eficiente e moderna, e também uma referência internacional nas questões de governança da Internet. Nesses vinte anos, o CGI.br tem exercido, ao mesmo tempo, o papel de arquiteto e construtor de um moderno arcabouço de normas técnicas e legais para a governança democrática e transparente da Internet no Brasil, ligando atores do governo, do setor privado, das organizações sociais, das universidades e das comunidades técnicas.

No plano nacional, celebramos também um ano da aprovação do Marco Civil da Internet pelo Congresso Nacional e a sanção da Lei nº 12.965 pela presidenta da República, durante o Encontro Multissetorial Global Sobre o Futuro da Governança da Internet, a NETMundial. Essa lei consolida os fundamentos propostos pelo CGI.br para a Internet e traz um reconhecimento explícito ao papel do comitê gestor e de suas funções.

As realizações do CGI.br nessas duas décadas são muitas. Dentre elas, é importante lembrar o seu compromisso com a produção regular de dados estatísticos relevantes e confiáveis, por meio de suas pesquisas sobre o acesso e uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) no Brasil, que completam dez anos em 2015. A produção de dados estatísticos sobre o acesso e uso das TIC, a cargo do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), ligado ao Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), é uma contribuição fundamental para as políticas públicas, para as pesquisas acadêmicas e para a própria indústria de tecnologia no Brasil.

Esta publicação reforça o compromisso do CGI.br com o Brasil e com a produção periódica de dados estatísticos, que permitem estabelecer um debate aberto e profundo entre os atores dedicados à elaboração de diretrizes para o desenvolvimento socioeconômico e cultural do país apoiado pelo uso das TIC. Congratulo o CGI.br pelo sucesso alcançado nesses 20 anos de existência!

**Virgílio Almeida**

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br



## INTRODUÇÃO

Desde 2005, o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) e o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) renovam regularmente com a sociedade brasileira o seu compromisso de produção de estatísticas sobre o acesso e uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) nos mais diversos segmentos da sociedade. Anualmente são realizadas pesquisas nacionais especializadas no tema, conduzidas pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Essas pesquisas tornaram-se a principal fonte de dados estatísticos sobre as TIC no país, representando hoje um importante instrumento para a avaliação do desenvolvimento da sociedade da informação e do conhecimento no Brasil. Entre as diversas pesquisas conduzidas pelo Cetic.br está a TIC Kids Online Brasil.

Ao longo dos últimos dez anos, o Cetic.br passou a ter uma importante voz nos debates nacionais e internacionais sobre a padronização de indicadores e de definições metodológicas para a produção de estatísticas sobre as TIC. Isso tem possibilitado a melhoria contínua de nossos mecanismos internos de controle de qualidade e também o alinhamento aos padrões internacionais de pesquisa. Nessa trajetória, o Cetic.br expandiu seu escopo de atuação e aprimorou os seus processos internos.

Atualmente adotamos os códigos de boas práticas de produção de estatísticas de institutos oficiais e ampliamos continuamente o rigor nas atividades de desenho e seleção da amostra; nos controles e no acompanhamento do trabalho de coleta de dados em campo; e nos procedimentos de processamento e validação dos dados para a melhoria da qualidade dos indicadores, das estatísticas e das análises produzidas. Com isso, o Cetic.br tem ganhado legitimidade, consolidando-se como um centro de excelência em estatísticas TIC, reconhecido nacional e internacionalmente.

O resultado desse trabalho foi o crescimento do número de projetos de pesquisas. Em 2005, o Centro conduzia apenas dois estudos nacionais sobre as TIC. Chegamos em 2015 com um conjunto de cinco projetos anuais – sobre domicílios, empresas, educação, saúde e sobre crianças e adolescentes – e outros cinco projetos com menor periodicidade – governo eletrônico, organizações sem fins lucrativos, provedores, cultura e centros públicos de acesso.

Outro resultado relevante foi a estruturação de uma linha de trabalho voltada para a capacitação na produção e uso de estatísticas TIC. Houve nos últimos anos um aumento da nossa capacidade na realização de *workshops* de capacitação no Brasil, em países da América Latina e países lusófonos da África, abordando conceitos teóricos e práticos em metodologias de pesquisa, e ainda estimulando o debate e a troca de experiências entre pesquisadores, gestores públicos e representantes da sociedade civil e de organismos internacionais.

Essa atividade tornou-se importante para a disseminação dos dados e para a aproximação entre produtores e consumidores de estatísticas.

No escopo temático da pesquisa TIC Kids Online Brasil, o Cetic.br – em conjunto com a equipe da rede acadêmica EU Kids Online – vem realizando esforços no sentido de criar uma rede latino-americana com o objetivo de apoiar a coleta de dados em outros países da região. Em junho de 2015, realizamos em São Paulo a primeira reunião Kids Online América Latina, que discutiu perspectivas para produção de indicadores regionais sobre crianças e adolescentes *on-line*. Especialistas e pesquisadores de cinco países latino-americanos – Argentina, Brasil, Chile, Equador e Uruguai – se reuniram para compartilhar suas experiências. Entre as instituições que apoiam institucionalmente o projeto estão o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco).

O volume e a diversidade de informações geradas, bem como a crescente demanda para acesso aos bancos de dados das pesquisas TIC, também levou o Cetic.br a desenvolver uma ferramenta de visualização dinâmica de dados. Lançada em 2015, essa ferramenta facilita a consulta aos indicadores de forma adaptada ao interesse dos usuários, possibilitando exportar os dados em formatos abertos.

Os dados produzidos pelo Cetic.br têm sido amplamente utilizados por governos, organizações internacionais, sociedade civil, setor privado e instituições acadêmicas. No âmbito dos gestores públicos, essas informações são um importante insumo para a elaboração e monitoramento de políticas de inclusão digital. No âmbito dos pesquisadores acadêmicos, os dados têm sido cada vez mais importantes nas pesquisas que tratam dos impactos socioeconômicos das TIC na sociedade brasileira e para a construção de conhecimento científico sobre o tema. Já no âmbito da sociedade civil e do setor privado, os dados são importantes insumos para a avaliação de tendências e monitoramento de mercado.

## TIC KIDS ONLINE BRASIL INVESTIGA COMO CRIANÇAS E ADOLESCENTES USAM A INTERNET

A população jovem se constitui em um grupo social de importância estratégica, dada as implicações deste público nas dimensões sociais, econômicas, políticas e culturais de um determinado país. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do total de 204,5 milhões de brasileiros, 31,6% encontram-se na faixa etária considerada jovem, ou seja, de zero a 19 anos. Isso representa uma população de 64,5 milhões de indivíduos. Embora nas últimas décadas a população brasileira adulta esteja aumentando – em decorrência da redução das taxas de mortalidade e natalidade e do aumento da expectativa de vida –, a composição da pirâmide demográfica da população nos permite afirmar que a sociedade brasileira ainda é considerada jovem.

Seguindo as transformações que vêm ocorrendo em todo o mundo, crianças e adolescentes brasileiros também estão cada vez mais inseridos nos espaços virtuais criados pelas novas tecnologias de informação e comunicação. Eles estão conectados em redes e se apropriam das diversas mídias digitais em suas atividades sociais, de lazer e de aprendizagem. A disseminação

da Internet, dos *tablets*, dos *smartphones* e das mídias sociais transformaram a forma como os jovens se socializam e se relacionam com os seus pares, com a família e com a escola.

Esse fenômeno social e tecnológico, caracterizado pelo rápido crescimento do acesso à Internet, tem o potencial de gerar oportunidades e trazer benefícios para o desenvolvimento desses jovens, à medida que promove o direito à liberdade de expressão e ao acesso à informação e ao conhecimento. No entanto, isso pode oferecer riscos potenciais que devem ser mitigados: acesso a conteúdos inadequados (pornográficos, violentos e de ódio); contatos nocivos e comportamentos problemáticos em que o jovem é vítima ou agente em casos de *bullying*; violação de privacidade, etc.

No Brasil, a quase universalização do acesso à Internet por dispositivos móveis nessa faixa etária cria novos desafios para a mediação desse uso. Pais, mães e educadores passam a lidar com um perfil de acesso que se dá cada vez mais em espaços privados.

Cabe também ressaltar que as questões decorrentes do acesso e uso das TIC por crianças e adolescentes devem ser tratadas como prioridade pelas políticas públicas, dialogando como o paradigma da proteção dos direitos humanos sob a ótica da Constituição Federal, de 1988, e do Estatuto da Criança e do Adolescente, de 1990. Como consequência, é fundamental que os gestores públicos implementem estratégias para a promoção e proteção dos direitos fundamentais das crianças e adolescentes, o que leva o tema da adoção intensiva das novas tecnologias digitais pela população jovem para o centro do debate político. Nesse sentido, uma importante conquista dos brasileiros foi a aprovação da Lei do Marco Civil da Internet em 2014, cujo arcabouço legal estabelece princípios, garantias, direitos e deveres dos usuários da rede no Brasil, protegendo-os de violações de direitos no ambiente virtual.

Com o objetivo de ampliar o debate sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil, o Cetic.br realiza anualmente a pesquisa TIC Kids Online Brasil. O objetivo principal é ampliar o conhecimento sobre as experiências e práticas de crianças e adolescentes no que diz respeito aos riscos e oportunidades do uso da Internet. A investigação segue o referencial metodológico desenvolvido pela rede europeia EU Kids Online, liderada inicialmente pela London School of Economics and Political Science, o que permite a produção de dados comparáveis internacionalmente.

Iniciada em 2012, a TIC Kids Online Brasil chega ao seu terceiro ano revelando a adoção massiva das novas tecnologias digitais, notadamente dispositivos móveis e Internet, pelas crianças e adolescentes brasileiros. Dados de outra pesquisa do Cetic.br, a TIC Domicílios 2014, apontam que a proporção de indivíduos dessa faixa etária que são usuários de Internet já atinge 77% do total da população brasileira entre 10 e 17 anos. Na região Sudeste, por exemplo, essa proporção já é de 90%, muito superior à média de usuários de Internet verificados na população geral brasileira, que é de 55%.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 revela que o acesso à Internet por meio de dispositivos móveis teve um aumento significativo: 82% das crianças e adolescentes usuários de Internet acessaram a rede pelo telefone celular, enquanto essa proporção era de 53% em 2013. O uso de *tablets* para acesso à Internet também apresentou crescimento estatisticamente significativo, sendo utilizado por 32% do total de crianças e adolescentes. Já a proporção de jovens que acessam a rede por meio de computadores de mesa é menor: enquanto em 2013 o equipamento era o mais utilizado pelas crianças e adolescentes, sendo citado por 71%,

em 2014 o percentual caiu para 56%. Esse indicador sinaliza o avanço das tecnologias que permitem a portabilidade, especialmente no que diz respeito à opção por dispositivos móveis como *tablets* e *smartphones*.

O uso das redes sociais entre os jovens usuários de Internet no Brasil permanece elevado: 79% das crianças e adolescentes brasileiros possuem perfil próprio em rede social. Por outro lado, o uso de mensagens instantâneas apresentou aumento de 25 pontos percentuais em relação à edição anterior, sendo mencionado por 64% – o que evidencia a velocidade das mudanças nos usos que os mais jovens fazem da Internet. No que se refere a outras atividades realizadas por crianças e adolescentes na Internet, destacam-se: usar Internet para realização de trabalhos escolares (68%), para pesquisas (67%) e para ouvir música (50%).

A configuração de privacidade nos perfis das redes sociais utilizadas pelas crianças e adolescentes também é um fator que denota a presença de habilidades para a proteção no ambiente virtual. Tratando-se da configuração de privacidade, 52% declaram que o perfil está configurado de um jeito que todo mundo consiga ver, enquanto em 2013 essa proporção era de 42%. O modo de configuração parcialmente privado (amigos dos amigos conseguem ver o perfil na página das redes sociais) apresentou diminuição (12%) – em 2013, era citado por 23% dos jovens usuários de Internet que possuem perfil próprio em uma rede social.

Uma parcela considerável dos usuários de Internet entre 11 e 17 anos declaram saber bloquear as mensagens de uma pessoa (64%). Além disso, 58% declaram saber encontrar informações de como usar a Internet com segurança, um acréscimo de 13 pontos percentuais em relação à edição de 2013 (45%). Desabilitar a função que mostra onde está é uma habilidade mencionada por 45% dos usuários de Internet entre 11 e 17 anos.

Outro desafio fundamental para entender como esse público se relaciona com o ambiente virtual é o quanto eles podem contar com a mediação de atores como a escola, a família e a sociedade em geral. Na mediação parental, podemos observar um aumento nas orientações que os pais e responsáveis costumam passar para os jovens, pois 70% afirmam ficar por perto enquanto os filhos utilizam a Internet e 81% falaram com o filho sobre como usar a Internet com segurança. Essas proporções eram de 64% e 69%, respectivamente, em 2013.

Com relação ao meio utilizado para obtenção de informação sobre o uso seguro da Internet, meios como televisão, rádio, jornais ou revistas ainda são os mais procurados pelos pais e responsáveis (50%), assim como família e amigos (42%).

Os resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 – apresentados em detalhes nas diversas tabelas agregadas, bem como no relatório analítico dos dados que fazem parte dessa publicação – possibilitam delinear um cenário do acesso e do uso das TIC por crianças e adolescentes no Brasil.

Também cabe ressaltar que o trabalho de condução das pesquisas TIC do Cetic.br é acompanhado por um grupo de especialistas, cuja valiosa contribuição nas etapas de planejamento e análise tem oferecido legitimidade ao processo e ampliado a transparência para com as escolhas metodológicas realizadas. Renomados pela competência e conhecimento na investigação do desenvolvimento das TIC, esses profissionais – filiados a entidades acadêmicas e institutos de pesquisas, pertencentes a instituições governamentais, a organizações internacionais ou ao setor não governamental – constituem hoje sólidos pilares para a condução das pesquisas.

Esta publicação está estruturada da seguinte forma:

*Parte 1 – Artigos:* apresenta contribuições de especialistas acadêmicos, representantes do governo e de organizações internacionais que abordam questões de grande importância para o debate sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes. Os artigos fazem um balanço do atual cenário de transformação do uso da Internet por crianças e adolescentes a partir de uma perspectiva longitudinal, com foco na tendência de mobilidade e nas novas estratégias de mediação de pais e educadores. Entre os desafios abordados estão as habilidades para o uso seguro das redes sociais *on-line*, a proteção de dados pessoais e a comunicação mercadológica voltada a esse público;

*Parte 2 – TIC Kids Online Brasil:* apresenta o relatório metodológico, que inclui a descrição do desenho amostral aplicado na pesquisa e a análise dos principais resultados, que identifica as tendências mais relevantes observadas no acesso às TIC e seu uso por crianças e adolescentes e as estratégias de mediação citadas por pais e responsáveis;

*Parte 3 – Tabelas de resultados:* apresenta as tabelas de resultados, contendo os indicadores selecionados para crianças e adolescentes e pais ou responsáveis, permitindo a leitura por variáveis de cruzamento.

Os resultados desta terceira edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil explicitam as rápidas transformações no perfil de uso da Internet por crianças e adolescentes. Os dados, portanto, constituem insumos importantes para a formulação e avaliação de políticas públicas destinadas à promoção e proteção dos direitos da infância no ambiente virtual.

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

Boa leitura!

**Alexandre F. Barbosa**

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



# ARTIGOS



## HABILIDADES TÉCNICAS E O ENFRENTAMENTO DO USO ABUSIVO DE DADOS PESSOAIS E AGRESSÃO ENTRE PARES EM REDES SOCIAIS

Monica Barbovski<sup>1</sup>

A rápida adoção de redes sociais, em conjunto com o grande aumento no uso de dispositivos móveis que permitem acesso mais privativo à Internet, está mudando a forma com a qual os jovens se envolvem, comunicam e interagem com seus pares (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014). Entretanto, esta reconfiguração da dinâmica de pares traz desafios específicos para lidar com a agressão e com o uso abusivo de dados pessoais nas redes sociais.

A pesquisa Net Children Go Mobile (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), conduzida em sete países europeus, classificou as redes sociais em terceiro lugar na lista de atividades mais realizadas por jovens (53% entre indivíduos de 9 e 16 anos e 75% entre aqueles de 13 e 16 anos). Houve um aumento substancial em relação aos dados de 2010 da pesquisa EU Kids Online; a mesma pesquisa mostrou que 68% de todas as crianças e adolescentes possuíam seu próprio perfil em uma rede social (percentual que aumenta para 93% entre os usuários de 15 e 16 anos). No Brasil, de acordo com a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 (CGI.br, 2014), visitar redes sociais foi a segunda atividade mais popular entre crianças e adolescentes (81% entre 9 e 17 anos e 93% entre 15 e 17 anos), com um aumento significativo em relação ao ano anterior. De modo similar aos resultados das pesquisas nos países europeus, a rede social mais escolhida pela maioria das crianças e dos adolescentes brasileiros foi o Facebook.

O fato de que crianças e adolescentes brasileiros estão mais presentes nas redes sociais que os europeus, bem como o maior risco de vulnerabilidade entre esses jovens (BARBOSA et al., 2013), justifica preocupações relacionadas à agressão entre pares e ao uso abusivo de dados pessoais em mídias sociais. Algumas dessas questões também estão entre os principais temores

---

<sup>1</sup> Pesquisadora sênior no Instituto para Pesquisas sobre Crianças, Juventude e Família na Universidade Masaryk, Brno (CZ), onde está envolvida com projetos relacionados ao uso da Internet pelas crianças e adolescentes, na interseção de sociologia, psicologia social, estudos de mídia, direitos da infância e ética em pesquisa. Também é pesquisadora associada no Instituto de Sociologia da Academia Romena em Bucareste (RO). Tem sido o contato nacional da Romênia no projeto EU Kids Online (2009-2014) e membro da equipe romena no projeto Net Children Go Mobile (2012-2014). Ao longo desses anos, tem publicado artigos e capítulos em livros sobre riscos específicos para crianças e adolescentes (por exemplo, encontros com pessoas que conhecidas na Internet), habilidades digitais e estratégias de enfrentamento para situações problemáticas *on-line*. Esteve envolvida diretamente com o projeto de trabalho qualitativo para o EU Kids Online III, coordenando um relatório sobre métodos inovadores e ética em pesquisa com crianças e adolescentes e o uso da Internet, assim como com o grupo de trabalho sobre políticas públicas da Net Children Go Mobile, onde coordenou o primeiro relatório sobre política e recomendações para a segurança de jovens no ambiente *on-line*.

dos jovens: por exemplo, preocupações relacionadas à privacidade em redes sociais estão entre as mais citadas por jovens brasileiros, com 7% temendo que possam ter seus perfis *hackeados* e 10% que possam receber mensagens ofensivas que manchem suas reputações (GUZZI, 2014). Além disso, os dados sobre agressão entre pares mostraram que o *bullying* foi classificado na mais alta posição entre as situações problemáticas encontradas por crianças e adolescentes brasileiros, com 21% relatando que já lidaram com preconceito, mentiras espalhadas sobre elas e apelidos que não gostaram (CGI.br, 2014). Portanto, é necessário discutir como os jovens podem abordar e enfrentar o uso abusivo de dados *on-line* e verificar até que ponto as habilidades técnicas ou instrumentais são úteis para lidar com esses problemas e quando não são suficientes.

### QUESTÕES DE PRIVACIDADE EM REDES SOCIAIS: USO ABUSIVO DE DADOS PESSOAIS E AGRESSÃO ENTRE PARES

As redes sociais podem oferecer inúmeros benefícios aos jovens, especialmente quanto a criar e manter laços com seus pares. Todavia, são também espaços em que a agressão entre pares ocorre na forma de perseguição, assédio e dano à reputação (BOYD; ELLISON, 2008). Outra forma específica de agressão entre pares é o uso abusivo de dados *on-line*, o que traz muitas semelhanças ou coincide com *bullying* e agressão. Por exemplo, o uso abusivo de dados *on-line* pode ser tanto uma subdivisão do *cyberbullying* quanto uma nova forma de agressão pela Internet, guardando inúmeras similaridades entre si – incluindo as características de *web* social como a possibilidade de alcançar audiências maiores, a falta de contato direto (o que reduz a resposta empática), e a permanência e disponibilidade de informações que podem ser encontradas em buscas *on-line* (BOYD, 2007; STROM; STROM, 2006); características como publicidade e anonimato potencial fazem do uso abusivo de dados *on-line* algo tão danoso quanto o *cyberbullying* (STICCA; PERREN, 2013).

Outras características, como espalhar rumores, fofocas, exclusões e ataques contra reputações e relacionamentos são formas comuns de agressão relacional, *cyberbullying* e alguns tipos de uso abusivo de dados *on-line* (JACKSON; CASSIDY; BROWN, 2009). Por exemplo, criar páginas difamatórias (com informação falsa ou indelicada) com o objetivo de zombar de alguém tem os mesmos efeitos negativos na autoimagem e no senso de autoestima e, negativamente, altera a forma como as vítimas são percebidas por seus pares.

Porque você já ouviu falar sobre vários daqueles “sites de ódio” e coisas do tipo. Existem vários, então se eles colocam uma foto e alguém diz algo, então outros dizem que você deve bloquear aquele usuário, porque eles são “haters”[...] Sim, é tipo uma pessoa que aparentemente odeia uma pessoa tanto que eles fazem um perfil onde eles escrevem coisas ruins sobre a pessoa e colocam fotos e dizem, olhe essa vagabunda feia e gorda, ela é tão nojenta e coisas do tipo. E... eu fico muito triste por dentro porque... por que você faria algo assim? (NCGM, Dinamarca, meninos, 14-16)<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Para acessar o relatório detalhado sobre a coleta qualitativa de dados, metodologia e análises no Net Children Go Mobile, por favor, consulte Haddon e Vincent (2014).

Além disso, mensagens de conteúdo sexual de vingança, denominadas *revenge sexting*, são uma forma de *cyberbullying* que envolve o envio de fotografias de nudez para um público maior, usando informações íntimas da vítima sem o seu consentimento para prejudicar sua reputação (RINGROSE; BARAJAS, 2011).

Outro tipo de uso abusivo de dados *on-line* mencionado pelos jovens na coleta qualitativa de dados da Net Children Go Mobile foi terem suas contas *hacked*, com o *hacker* enviando mensagens rudes para seus amigos e família. De modo não surpreendente, outra pesquisa (WEINSTEIN; SELMAN, 2014) identificou a falsidade de identidade por meio de invasão e contas falsas, bem como constrangimento público e humilhação a partir de calúnia e o envio de fotografias de nudez, como algumas das formas mais danosas e causadoras de estresse relatadas por esses jovens.

## ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO DO USO ABUSIVO DE DADOS ON-LINE

Dado que o uso abusivo de dados *on-line* coincide grandemente com o *cyberbullying* e a agressão pela Internet, as mesmas estratégias de enfrentamento destes podem ser úteis para lidar com esta situação. Na pesquisa EU Kids Online (2010), as respostas de enfrentamento das crianças e adolescentes foram agrupadas em *estratégias comunicativas*, de *resolução de problemas e fatalistas* (VANDONINCK; D'HAENENS; SEGERS, 2012). Entretanto, investigações mais recentes revelam que, às vezes, evitar contato com os *bullies* é a melhor estratégia (ŠLÉGLOVÁ; ČERNÁ, 2011), pois isso ajuda a diminuir o ímpeto e a neutralizar a força do ato de *bullying*, que se intensifica perante a evidência do dano causado.

Outra contribuição das tipologias de enfrentamento é a definição de dois tipos de estratégias: as *autossuficientes versus* as que *dependem de terceiros* (nas quais as vítimas buscam apoio) – como uma distinção importante entre situações nas quais crianças e adolescentes são capazes de lidar com problemas *on-line* sozinhas e quando precisam da ajuda de outros. Buscar apoio de pares, irmãos ou pais (KOWALSKI; LIMBER; AGATSTON, 2008; MISHNA; SAINI; SOLOMON, 2009; SLONJE; SMITH, 2008) ou apoio institucional (por exemplo, escolas, *hotlines* ou polícia) foram atitudes relatadas por jovens que lidaram com *cyberbullying*; e essa informação é útil para entender como os jovens reagem a esse tipo de agressão em casos de uso abusivo de dados pessoais.

Finalmente, *medidas técnicas* (por exemplo, apagar mensagens rudes ou bloquear mensagens de uma pessoa com a qual não se quer contato) foram relatadas como a solução mais facilmente disponível para lidar com agressão *on-line* em vários estudos sobre enfrentamento a *cyberbullying* (HINDUJA; PATCHIN, 2007; KOWALSKI; LIMBER; AGATSTON, 2008). A utilidade de soluções técnicas simples, tais como o aumento de segurança e a consciência sobre a necessidade de segurança, tem sido contestada (PARRIS et al., 2012; ŠLÉGLOVÁ; ČERNÁ, 2011), já que os *bullies* podem frequentemente encontrar formas de burlá-las. Além disso, no caso do uso abusivo de dados pessoais, tais como páginas caluniosas ou de zombaria ou *cyberbullying* sexual (*sexting* de vingança), conhecer o uso de um botão de denúncia faz pouco ou nada para reparar danos provocados contra a reputação de alguém.

## A RELAÇÃO ENTRE HABILIDADES E O ENFRENTAMENTO DO USO ABUSIVO DE DADOS PESSOAIS

Em relação a habilidades instrumentais, é importante destacar que somente 55% de brasileiros entre 11 e 17 anos sabem como bloquear mensagens de uma pessoa com a qual não queiram contato *on-line*. A relação entre habilidades digitais e o enfrentamento de situações de uso de abusivo de dados *on-line* é evidente, apesar de não linear. Em se tratando das soluções de ordem técnica (aquelas que dependem fortemente de habilidades instrumentais), a capacidade de enfrentar efetivamente os casos de agressão entre pares e uso abusivo de dados pessoais é parcialmente dependente deste tipo de habilidade digital. Por exemplo, pode ser pouco útil saber como mudar as configurações de privacidade depois que um perfil tenha sido *hackeado* e mensagens rudes tenham sido espalhadas para amigos e família.

No caso de perfis *hackeados*, medidas como pedir outra senha e aumentar a segurança usando senhas mais complicadas têm utilidade limitada, visto que não protegem os jovens do dano feito quando os invasores enviam mensagens rudes para amigos e família, como relatado por crianças e adolescentes na pesquisa qualitativa EU Kids Online<sup>3</sup>:

Alguém de alguma forma entrou no meu Facebook e começou a escrever para a minha família, amigos, tipo, mensagens tão estranhas. Então eles começaram a reclamar sobre meus amigos e tal. [...] Então eu acessei a página um pouco tarde demais e mudei a senha. [...] Eu tentei descobrir quem foi, mas eu simplesmente não descobri, sem chance. [...] Eu expliquei a eles que eu não escrevi as mensagens, que alguém entrou no meu Facebook (EUKO, República Tcheca, menino, 14).

Páginas falsas nas quais os autores se passam por jovens ou páginas caluniosas também são instâncias de uso abusivo de dados *on-line* difíceis de enfrentar usando somente medidas técnicas, pois, com frequência, demoram demais para serem efetivas (por exemplo, denunciar a página falsa ou caluniosa usando o botão de denúncia ou buscar apoio de instituições ou adultos), período no qual o dano à reputação já está concretizado:

Eles podem colocar a foto na Internet. E então, ela pode ser colocada numa página ou algo assim, então todo mundo pode te ver. E ela vai ficar armazenada para sempre e você não pode se livrar dela, obviamente. Usando aquela foto, uma pessoa pode te fazer um usuário de FB, quando você não quer ser um usuário (EUKO, Espanha, menina, 9-10).

Eles criaram uma página de Facebook que era contra mim. [...] Eles tiraram fotos onde eu estava brincando com meus amigos, com caras esquisitas, e essa era a imagem de perfil, da página, e então ela ficou cheia de comentários ofensivos. Isso me fez sofrer terrivelmente. Os professores os forçaram a deletar a página, mas demorou algum tempo (EUKO, Itália, menina, 14-16).

<sup>3</sup> Para acessar o relatório detalhado sobre a coleta qualitativa de dados, metodologia e análises no projeto EU Kids Online III, por favor, consulte Šmahel e Wright (2014).

Finalmente, constrangimento público e humilhação por meio de *cyberbullying* sexual (envio de fotografias nuas de meninas para um público maior de pares), com garotas sofrendo *bullying*, sendo excluídas, ridicularizadas e rejeitadas, são impossíveis de enfrentar através de soluções técnicas. As meninas frequentemente são sujeitas à culpabilização da vítima e a um padrão dúbio de moralidade conservadora, o que só amplifica o dano à reputação que elas sofrem (CASSIDY; FAUCHER; JACKSON, 2013; RINGROSE et al., 2013).

As situações descritas pelos jovens nos projetos EU Kids Online III e Net Children Go Mobile ilustram os tipos de situações problemáticas relacionadas ao uso abusivo de dados pessoais que os jovens brasileiros também podem estar vivenciando. As experiências das crianças e adolescentes europeias indicam que habilidades instrumentais digitais que permitem um enfrentamento técnico simples, que só depende do usuário, costumam ser apenas parcialmente úteis, sendo que outras abordagens frequentemente são necessárias. Além disso, medidas que dependam de terceiros, tais como procurar apoio de adultos e instituições (por exemplo, pedir ajuda na escola), podem ser pouco eficazes, a menos que sejam tomadas de modo responsivo e imediato em casos de dano à reputação. Um outro tipo de apoio, aquele que provém da mediação dos pares, foi relatado como de grande ajuda pelas crianças e adolescentes em alguns casos de denúncia coletiva quanto a páginas caluniosas ou pedidos para cessar a divulgação de fotografias de nudez de meninas. O apoio dos pares, um dos recursos menos aproveitados no enfrentamento de agressões *on-line*, pode ser extremamente eficiente em termos da capacidade de fornecer uma resposta imediata, do apoio moral e de proteção às vítimas, que são frequentemente isoladas por agressores.

Finalmente, prestar atenção à naturalização e à característica pervasiva da agressão entre pares em várias e matizadas formas de uso abusivo de dados pessoais (por exemplo, “é só brincadeira”, “essas coisas acontecem”) e como essas coisas promovem atitudes passivas nos jovens, apesar das suas habilidades, requer abordagens que vão além de simples soluções técnicas, pois exigem sensibilidade no tocante a cenários culturais específicos. Pesquisas futuras são bem-vindas para entender, por meio de investigação qualitativa, como as crianças e os adolescentes brasileiros são similares e diferentes dos europeus na forma como vivenciam e enfrentam o uso abusivo de dados pelos seus pares nas mídias sociais.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, A. et al. *Risks and safety on the internet. Comparing Brazilian and European results*. Londres: LSE, 2013. p.12. Disponível em: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Brazil-report-21nov-final.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

BOYD, D. Why youth (Heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In: BUCKINGHAM, D. (Ed.). *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge, MA: MIT Press, 2007. p. 119-142.

BOYD, D.; ELLISON, N. Social Network Sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n.1, p. 210-230, 2008.

CASSIDY, W.; FAUCHER, C.; JACKSON, M. Cyberbullying among youth: A comprehensive review of current international research and its implications and application to policy and practice. *School Psychology International*, v. 34, n. 6, p. 575-612, 2013.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014.

GUZZI, D. Diálogo, configurações de privacidade e compartilhamento: aja, não seja só um espectador. In: COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014. p. 153-160.

HADDON, L.; VINCENT, J. (Eds.). *European children's and their carers' understanding of use, risks and safety issues relating to convergent mobile media. Report D4.1*. Milan: Unicatt, 2014.

HINDUJA, S.; PATCHIN, J. Offline consequences of online victimization: School violence and delinquency. *Journal of School Violence*, v. 6, n. 3, p. 89-112, 2007.

JACKSON, M.; CASSIDY, W.; BROWN, K. 'You were born ugly and you'll die ugly too': Cyber-bullying as relational aggression. *Education: Special Issue on Technology and Social Media, Part 1*, v. 15, n. 1, 2009. Disponível em: <<http://www.ineducation.ca/article/youwere-born-ugly-and-youll-die-ugly-too-cyber-bullying-relational-aggression>>. Acesso em: 20 abr. 2015

KOWALSKI, R.; LIMBER, S.; AGATSTON, P. *Cyberbullying: Bullying in the digital age*. Malden, MA: Blackwell, 2008.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: Risks and Opportunities*. Milano: Educatt, 2014.

MISHNA, F.; SAINI, M.; SOLOMON, S. Ongoing and online: Children and youth's perceptions of cyber bullying. *Children and Youth Services Review*, v. 31, p. 1222-1228, 2009.

PARRIS, L., et al. High school students' perceptions of coping with cyberbullying. *Youth & Society*, v. 44, n. 2, p. 284-306, 2012.

RINGROSE, J.; BARAJAS, K. E. Gendered risks and opportunities? Exploring teen girls' digitized sexual identities in postfeminist media contexts. *International Journal of Media & Cultural Politics*, v. 7, n. 2, p. 121-138, 2011.

RINGROSE, J. et al. Teen girls, sexual double standards and "sexting": Gendered value in digital image exchange. *Feminist Theory*, v. 14, n. 3, p. 305-323, 2013.

ŠLÉGLOVÁ, V.; ČERNÁ, A. Cyberbullying in adolescent victims: Perception and coping. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, v. 5, n. 2, article 5, 2011. Disponível em: <<http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2011121901&article=1>>. Acesso em: 20 abr. 2015

SLONJE, R.; SMITH, P. Cyberbullying: Another main type of bullying? *Scandinavian Journal of Psychology*, v. 49, p. 147-154, 2008.

ŠMAHEL, D.; WRIGHT, M. F. *The meaning of online problematic situations for children: results of qualitative cross-cultural investigation in nine European countries*. London, UK: EU Kids Online, London School of Economics and Political Science, 2014.

STICCA, F.; PERREN, S. Is cyberbullying worse than traditional bullying? Examining the differential roles of medium, publicity, and anonymity for the perceived severity of bullying. *Journal of Youth and Adolescence*, v. 42, n. 5, p. 739-750, 2013.

STROM, P. S.; STROM, R. D. Cyberbullying by Adolescents: A Preliminary Assessment. *The Educational Forum*, v. 70, n. 1, p.21-36, 2006.

VANDONINCK, S.; D'HAENENS, L.; SEGERS, K. Coping and resilience: children's responses to online risks. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, risk and safety on the internet*. Bristol: Policy Press, 2012. p. 205-218.

WEINSTEIN, E. C.; SELMAN, R. L. Digital stress: Adolescents' personal accounts. *New Media & Society*, p. 1-19, 2014.

## PROTEÇÃO DE DADOS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA INTERNET

Danilo Doneda<sup>1</sup> e Carolina Rossini<sup>2</sup>

À medida que a Internet passa a ocupar espaço fundamental para a consolidação de marcas e definição de tendências de mercado, a abordagem de crianças e adolescentes aumenta em importância para um número crescente de estratégias de negócio. Há diversos fatores que podem explicar o interesse por informações pessoais de crianças e adolescentes. Por parte do mercado, é sabido que os jovens influenciam grande parte das decisões de consumo de uma família. Sua presença na Internet se dá em uma proporção representativa e qualificada e em um perfil diferente de outros mercados tidos como “tradicionalistas”.<sup>3</sup> Além de tentar lidar com o desafio dos riscos tradicionais aos quais crianças e adolescentes encontram-se expostos quando compartilham suas informações pessoais *on-line*, diversas legislações optaram por regimes mais restritivos também em relação às práticas empresariais de coleta e utilização de dados de menores de idade.

<sup>1</sup> Bacharel em Direito pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), com mestrado e doutorado em Direito Civil pela UERJ. Atualmente é colaborador da Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça (Senacon) e coordenador do Centro de Internet, Direito e Sociedade do Instituto Brasiliense de Direito Público (Cedis/IDP). É membro do Grupo de Trabalho Consumo e Sociedade da Informação da Senacon/MJ. Foi coordenador geral de Estudos e Monitoramento de Mercado da Senacon/MJ. Foi professor na Faculdade de Direito do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), UniBrasil e Fundação Getúlio Vargas (FGV). Foi pesquisador visitante na Autoridade Garante para a Proteção de Dados em Roma, Itália, na Università deli Studi di Camerino (Camerino, Itália) e no Instituto Max Planck para Direito Privado Comparado e Internacional (Hamburgo, Alemanha). Autor de livros e diversos artigos sobre temas de direito civil e, especificamente, sobre direito à privacidade e proteção de dados pessoais.

<sup>2</sup> Advogada com mais de 15 anos de experiência em Internet e em direito e políticas de propriedade intelectual. Atualmente é vice-presidente de Políticas e Estratégias Internacionais da Public Knowledge, em Washington, DC, EUA. Foi diretora de Projetos para a New America Foundation's Open Technology Institute, diretora internacional de Propriedade Intelectual da Electronic Frontiers Foundation, e pesquisadora no Berkman Center, Universidade de Harvard. No Brasil, trabalhou para a Terra Networks S/A (ISP do Grupo Telefonica) e para o Centro de Tecnologia e Sociedade na FGV Direito. Paralelo ao seu trabalho na Public Knowledge, atua como Global Partners Digital International Associate e colaboradora do X-Lab para a New America Foundation. Membro dos Conselhos Deliberativos da Open Knowledge Foundation para o Reino Unido e Brasil, Instituto Educadigital, e InternetLab. Possui Mestrado (LLM) em Propriedade Intelectual pela Universidade de Boston, MBA pelo Instituto de Empresas-Espanha, Mestrado em Negociações Econômicas e Internacionais pela UNICAMP/UNESP, e é Bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo (USP). Fundadora da REA.Br ([www.rea.net.br](http://www.rea.net.br)), com impacto nas políticas que fomentam a adoção de licenças abertas para materiais científicos e educacionais desenvolvidos com recursos públicos.

<sup>3</sup> Segundo dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013, 61% dos usuários de Internet no Brasil entre 11 e 17 anos tiveram contato com publicidade ou propaganda em um *site* de rede social; 48% o tiveram em *sites* de vídeos; 30%, em *sites* de jogos; 26%, em mensagens de *e-mail*; 24%, em mensagens SMS no celular; e 22%, em mensagens instantâneas na Internet. Esse contato ocorreu por meio da televisão em 85% dos casos e por jornais, revistas ou gibis em 54% (CGI.br, 2014, p. 125).

Essas legislações, que procuram garantir a proteção de dados de menores pretendem resguardá-los contra tratamentos considerados abusivos e prejudiciais a eles. Não obstante a absoluta pertinência de tais medidas, há que se considerar igualmente a relevância de que a proteção dos dados seja dosada de forma a garantir ao menor espaços seguros de liberdade e de autonomia, para que sejam capazes de utilizar os recursos da Internet de forma independente e pertinente à sua condição pessoal, ao seu desenvolvimento e à sua idade.

A utilização cada vez mais ampla das tecnologias da informação para o tratamento de dados pessoais tem impactado não somente o direito à privacidade, no que se refere à salvaguarda de uma esfera privada do cidadão, mas também outros direitos e liberdades fundamentais, podendo, especificamente, ter efeitos nocivos, como a discriminação, a limitação da autonomia e, de forma geral, uma redução na própria esfera de liberdade de um indivíduo.

Os problemas causados pelo uso abusivo de dados pessoais são geralmente relacionados a situações de assimetria informacional. À medida que se acumula um grande volume de informações sobre um indivíduo, torna-se mais provável conhecer aspectos de seu comportamento, permitindo, por exemplo, processos de predição sobre suas futuras condutas ou o seu enquadramento dentro de perfis de comportamento pré-determinados. Tais processos raras vezes são transparentes para o próprio indivíduo, para quem costuma ser mais difícil ainda perceber o efeito concreto que esse tratamento de dados pessoais terá sobre a sua própria vida.

Problemas desse gênero são potencializados quando o sujeito está em alguma situação de vulnerabilidade. A noção de vulnerabilidade reflete a condição de um indivíduo ou de um grupo que enfrenta algum tipo de barreira no acesso a determinados recursos em razão de alguma característica pessoal, que pode ser relacionada a sexo, idade, saúde, etnia, pertencimento a um grupo social e tantas outras. E, nesse sentido, interessa-nos, especificamente, a situação de crianças e adolescentes, cuja vulnerabilidade natural à sua condição de pessoa em desenvolvimento soma-se, no que se refere à sua inserção nos mecanismos da sociedade da informação, à dificuldade de compreender corretamente as consequências do tratamento de dados pessoais.

## PROTEÇÃO DE DADOS DE MENORES E LEGISLAÇÃO

A consideração de uma regulamentação sobre proteção de dados de menores também como um arcabouço normativo capaz de fomentar o compartilhamento legítimo e seguro de informações está alicerçada em, ao menos, dois fatores.

Em primeiro lugar, a crescente menção à disciplina da proteção de dados pessoais, e não, especificamente, à privacidade, como marco normativo básico para a informação pessoal afasta, de certa maneira, uma concepção da proteção da privacidade como uma mera liberdade negativa, isto é, a exclusão, pura e simples, de terceiros de uma esfera privada do indivíduo, dando espaço à consideração da proteção de dados também como instrumento de garantia da autonomia e autodeterminação do cidadão em relação ao uso da própria informação pessoal.

É nesse sentido que acena, por exemplo, a própria Constituição Federal, ao considerar, em seu Artigo 5º, X, “invioláveis” a vida privada e a intimidade. Tal formulação favorece a utilização de instrumentos jurídicos de caráter reativo, que costumam intervir após a consumação de

algum abuso que deva ser remediado ou compensado. Assim é que caracterizamos, *a priori*, a privacidade como uma liberdade negativa. Já em relação à proteção de dados pessoais, é possível identificar, na sistemática da maioria das legislações a esse respeito, uma forte presença de elementos de caráter preventivo e de segurança, reconhecendo a complexidade dos ambientes de tratamento de informações pessoais e a premente necessidade de redução dos riscos nessa atividade, além da sua missão de fornecer um patamar seguro para que dados pessoais sejam utilizados e compartilhados dentro dos limites do respeito aos direitos de seus titulares.

O outro fator está ligado ao reconhecimento de que crianças e adolescentes, hoje, utilizam a Internet com grande frequência, sendo fato que essa é uma ferramenta que pode ser fundamental para lhes proporcionar tanto garantias de acesso à informação e para que possam se exprimir, de forma mais geral, para garantir o livre desenvolvimento de sua personalidade, ainda mais considerando as formas típicas de interação social que se constroem na sociedade da informação.

Dessa forma, uma normativa de proteção de dados há de ser colocada a serviço do livre desenvolvimento da criança e do adolescente não somente ao protegê-los dos riscos da utilização abusiva de seus próprios dados pessoais, mas também ao lhes proporcionar instrumentos para que eles próprios controlem, com maior proficiência, o destino de seus dados na rede. A demanda de jovens por esse tipo de controle, ainda que muitas vezes não explicitada de forma tão clara, já se verifica no fato de que, por exemplo, a, muitas vezes aludida, maior propensão de crianças e adolescentes se exporem na rede costuma ser acompanhada de um domínio também maior de instrumentos de controle da exposição de seus dados – frequentemente, melhor do que o de um adulto médio.<sup>4</sup>

É muito frequente, conforme já notamos, que legislações sobre proteção de dados pessoais dispensem uma tutela diferenciada aos de menores de idade. O âmbito dessa proteção varia consideravelmente, desde modelos como o norte-americano, por exemplo, no qual a tutela proporcionada a dados pessoais de crianças e adolescentes pelo Ato de Proteção à Privacidade On-line de Crianças (em inglês, *Children's Online Privacy Protection Act – COPPA*) não encontra paralelo em outras legislações sobre privacidade dirigidas a maiores de idade no país; até países que, dotados de um modelo forte e geral de proteção de dados pessoais, concentram seus esforços relacionados à proteção de dados de menores em medidas educativas e de conscientização da sociedade e deles próprios.

No Brasil, a proteção da criança e do adolescente possui fundamento na Constituição Federal<sup>5</sup> e é regulamentada por meio da Lei 8.069, de 1990 – o Estatuto da Criança e do Adolescente

<sup>4</sup> É relevante nesse sentido, por exemplo, o diagnóstico de que jovens costumam desenvolver estratégias próprias e, eventualmente, inusitadas para o controle de suas informações – muitas vezes, mesmo em relação à vigilância paterna. Ver Danah Boyd, *how youth find privacy in interstitial spaces*. Disponível em: <[http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2008/03/09/how\\_youth\\_find.html](http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2008/03/09/how_youth_find.html)>. Remeta-se, igualmente, para informação, a *Tell-All Generation Learns to Keep Things Offline*, *New York Times*, 09/05/2010. Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2010/05/09/fashion/09privacy.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2010/05/09/fashion/09privacy.html?_r=0)>.

<sup>5</sup> A proteção da criança e do adolescente é garantida com absoluta prioridade – sendo que essa é a única ocasião em que uma garantia é mencionada de forma “absoluta” pela Constituição. Art. 227: “É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.”

(ECA). Para o ECA, existem duas modalidades diferentes de tutela geralmente aplicáveis: uma para crianças de até 12 anos de idade e outra para os adolescentes entre 12 e 18 anos de idade, essa última procurando incluir e considerar a vontade do sujeito de forma mais incisiva nas decisões tomadas a seu próprio respeito. Em ambos os casos, o princípio norteador para a aplicação das medidas da lei é o melhor interesse do menor.

Em relação à proteção de dados de menores, nossa legislação não conta com disposições específicas a seu respeito – aliás, não há propriamente uma legislação específica a respeito de proteção de dados pessoais, sendo que o assunto é abordado no Brasil por meio de princípios relacionados à proteção da personalidade e de algumas normas setoriais específicas.

Não obstante, o Anteprojeto de Lei sobre Proteção de Dados Pessoais<sup>6</sup>, elaborado pelo Ministério da Justiça e submetido a debate público na Internet, procura equilibrar a necessidade de proporcionar uma proteção mais forte aos dados pessoais de menores com mecanismos que permitam a eles a plena utilização dos recursos da rede, inclusive permitindo que eles próprios tomem as decisões a respeito da exposição de seus dados e de sua personalidade. Os termos do Anteprojeto:

*Art. 8º O titular de dados pessoais com idade entre doze e dezoito anos idade poderá fornecer consentimento para tratamento que respeite sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento, ressalvada a possibilidade de revogação do consentimento pelos pais ou responsáveis legais, no seu melhor interesse.*

*Art. 9º No caso do titular de dados pessoais com idade até doze anos incompletos, o consentimento será fornecido pelos pais ou responsáveis legais, devendo o tratamento respeitar sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento.*

## A. MENORES DE 12 ANOS

O anteprojeto estabelece uma idade de corte – 12 anos – abaixo da qual os dados pessoais de menor apenas podem ser captados e tratados mediante autorização do pai ou do responsável. Juridicamente, a declaração de vontade do menor de 12 anos não é levada em consideração, não sendo capaz de legitimar o tratamento de seus dados pessoais pelo provedor de serviço ou conteúdo *on-line*.

Para que o tratamento de dados ocorra, nesse caso, é necessária a autorização dos pais ou do responsável, uma exigência utilizada em diversas outras situações relacionadas ao exercício do poder parental. Muito embora sejam somente os pais ou responsáveis que possam manifestar a vontade em nome do menor, é preciso lembrar que essa manifestação não é discricionária e somente é legítima na medida em que vai ao encontro dos interesses do menor.

<sup>6</sup> Disponível em: <dadospessoais.mj.gov.br>.

## B. MENORES ENTRE 12 E 18 ANOS

Já em relação ao menor entre 12 e 18 anos, o anteprojeto reconhece a validade da declaração de vontade do adolescente que autoriza o tratamento de seus dados pessoais. Essa declaração de vontade, no entanto, está sujeita a dois condicionantes específicos que podem ser caracterizados como condições resolutivas:

1. que o tratamento de dados pessoais em questão respeite a condição de pessoa em desenvolvimento do menor, isto é, que respeite a sua dignidade e leve em conta a sua hipossuficiência a ser avaliada no caso concreto; e
2. que esse consentimento seja passível de revogação pelos pais ou representantes legais, sempre que tal ato tenha como fundamento o melhor interesse do menor.

A opção do anteprojeto de reconhecer um grau concreto de validade à vontade de menores entre 12 e 18 anos vai ao encontro da crescente utilização da Internet por crianças e adolescentes e do fato de que ela se dá à medida que decresce de forma decidida a mediação dos pais ou responsáveis.

Conforme mencionado, não há disposições diretas sobre proteção de dados de menores em outras leis. A Lei 12.965, de 2014, o Marco Civil da Internet, não entrou em detalhes específicos sobre a proteção de dados de menores de 18 anos, sendo que o único dispositivo a eles destinado foi de natureza especificamente protetiva em vista da exposição a conteúdo considerado como impróprio, em seu Artigo 29:

*Art. 29. O usuário terá a opção de livre escolha na utilização de programa de computador em seu terminal para exercício do controle parental de conteúdo entendido por ele como impróprio a seus filhos menores, desde que respeitados os princípios desta Lei e da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente.*

*Parágrafo único. Cabe ao poder público, em conjunto com os provedores de conexão e de aplicações de Internet e a sociedade civil, promover a educação e fornecer informações sobre o uso dos programas de computador previstos no caput, bem como para a definição de boas práticas para a inclusão digital de crianças e adolescentes.*

## EUA: COPPA, LEGISLAÇÃO E DADOS CORRELATOS

*Nossa prioridade máxima é garantir a segurança, mas também devemos tomar cuidado para não reprimir as inovações e o desenvolvimento de negócios que impulsionam nossa economia e possibilitam muitas das oportunidades disponíveis para nossas crianças*

*Hon. Roger F. Wicker, Senador do Estado de Mississippi, Estados Unidos.<sup>7</sup>*

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CHRG-111shrg66284/html/CHRG-111shrg66284.htm>>.

Nos EUA, em setembro de 2012, 95% dos adolescentes entre 12 e 17 anos já utilizavam a Internet e 78% possuíam um celular. Deste conjunto de jovens com celulares, 47% possuíam *smartphones* – telefones com conexão a Internet – e 74% acessaram a Internet por meio de seu celular ou *tablet*<sup>8</sup>. Essa não é uma tendência recente. Na década de 1990, o Congresso norte-americano já tinha observado o crescente acesso e uso de dispositivos conectados à Internet e o efeito cada vez mais potente da exposição de pessoas ao conteúdo digital e, principalmente, à publicidade e serviços distribuídos *on-line*, juntamente com a captação e utilização – muitas vezes indiscriminada e sem consentimento – de dados pessoais.

Por isso mesmo, em 1998, o Congresso dos EUA promulgou o COPPA<sup>9</sup>, que exigia da Comissão Federal de Comércio (FTC) a emissão e a garantia de cumprimento dos regulamentos a respeito de privacidade *on-line* para crianças e adolescentes. O regulamento original do COPPA entrou em vigor em 21 de abril de 2000. Em 2012, a norma recebeu alterações, que entraram em vigor em julho de 2013. O principal objetivo do COPPA é colocar os pais no controle das informações que são coletadas de seus filhos *on-line*. A regra foi idealizada para proteger crianças e adolescentes com menos de 13 anos de idade e tenta levar em consideração a natureza dinâmica da Internet. Nesse sentido, a sua atualização, em 2013, ampliou a definição de informação pessoal para incluir as de geolocalização e identificadores persistentes (os *cookies*) e impedir que anunciantes recolham secretamente informações pessoais de crianças e adolescentes sem o consentimento dos pais para fins de publicidade comportamental.

Especificamente, o COPPA, conforme estabelecido em regulamento pela FTC, determina uma estrutura básica para a proteção da privacidade dos menores de 13 anos. A lei requer que qualquer *site* que colete informações pessoais de crianças e adolescentes:

1. informe no *site* quais as informações são coletadas de crianças e adolescentes por parte do seu operador, como ele usa tais informações e suas práticas de divulgação;
2. obtenha autorização parental para a coleta, utilização ou divulgação de informações pessoais de crianças e adolescentes;
3. forneça aos pais acesso às informações coletadas de seus filhos; e
4. estabeleça e mantenha procedimentos razoáveis para proteger a confidencialidade, segurança e integridade de informações pessoais coletadas de crianças e adolescentes.<sup>10</sup>

Dessa forma, um grande objetivo prático do COPPA é controlar as atividades de *marketing* e publicidade *on-line* que envolvem, direta ou indiretamente, crianças e adolescentes que supostamente não estão em situação de compreender corretamente os riscos da divulgação de informações pessoais sensíveis a entidades comerciais e terceiros *on-line*.

O COPPA se aplica não somente aos operadores de *sites* comerciais e serviços *on-line*, incluindo aplicativos móveis, especificamente dirigidos a crianças menores de 13 anos que coletam, usam ou divulgam suas informações pessoais, mas também aos *sites*, provedores e operadoras destinados ao público em geral que tenham conhecimento de que existem crianças

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://www.pewInternet.org/2013/03/13/teens-and-technology-2013/>> e <<http://www.pewInternet.org/fact-sheets/teens-fact-sheet/>>.

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/complying-coppa-frequently-asked-questions>>.

<sup>10</sup> 15 U.S.C. §6502(b)(1)(A)(i) (2009); 15 U.S.C. §6502(b)(1)(A)(ii) (2009); 15 U.S.C. §6502(b)(1)(B) (2009); 15 U.S.C. §6502(b)(1)(D) (2009) e 15 U.S.C. §6502(b)(1)(C) (2009).

menores de 13 entre seus usuários. Finalmente, as regras do COPPA também se aplicam a *sites* ou serviços *on-line* que têm conhecimento real de que estão coletando informações pessoais dos usuários de outro *site* ou serviço *on-line* dirigido a crianças. O regulamento da FTC incluiu várias disposições precursoras a esse respeito, entre elas, uma que proíbe os operadores de condicionar a participação de uma criança em uma atividade *on-line* sempre que ela tenha de fornecer mais informações pessoais do que é razoavelmente necessário para participar dessa atividade.

Um ponto interessante sobre o papel da FTC em relação à privacidade de crianças e adolescentes é seu foco em educação. Além de atuar como regulador e fiscal, a FTC desenvolve treinamentos e relatórios e produz *toolkits* que são direcionados às escolas e comunidades e disponibilizados aos pais. Um exemplo de 2014 é o Net Cetera: como conversar com as crianças sobre seu comportamento online (em inglês, *Net Cetera: Chatting with Kids About Being Online*)<sup>11</sup>, que ensina aos adultos como explicar às crianças os riscos que podem estar associados à conduta *on-line*.

Em fevereiro do mesmo ano, a FTC criou uma série de *safe-harbors* complementares à sua regulação, por um programa chamado Porto Seguro para Crianças - kidSAFE (em inglês *kidSAFE Safe Harbor Program*)<sup>12</sup>, que permitem às empresas submeter à FTC suas normas e práticas de autorregulação para aprovação pela Comissão. Com essa aprovação, o *site* receberia um selo de compatibilidade de suas práticas ao COPPA.<sup>13</sup>

Enquanto alguns *sites*, incluindo de redes sociais, encontram-se em conformidade com o COPPA, outros alegam que não coletam informações pessoais de crianças e não precisam, portanto, atender às suas regras. Exatamente por isso, a maioria das disputas sobre a aplicabilidade do COPPA se concentram nos procedimentos de verificação da idade e do âmbito de aplicação.

Muitos são os apoiadores e também os críticos do COPPA. A organização não governamental Centro Eletrônico de Informações Privada (em inglês, *Electronic Privacy Information Center - EPIC*) – uma das mais ativas na proteção do direito à privacidade nos EUA – participou e participa do desenvolvimento e aprimoramento do COPPA desde sua concepção inicial.<sup>14</sup> Outra organização não governamental de grande porte que também apoiou o desenvolvimento do COPPA foi a União Americana pelas Liberdades Cívicas (em inglês *American Civil Liberties Union - ACLU*).<sup>15</sup> Ambas apresentaram receios quando das propostas de mudança da lei, em 2013, porém ficaram satisfeitas com o texto adotado, que expandiu o conceito de informação pessoal para dados de IP e geolocalização.

Entretanto, críticos do COPPA apontam para dados que demonstram que muitos pais ajudam suas crianças a contornar os limites impostos por *sites* de mídias sociais (como o Facebook) para participar de atividades de que seus amigos, família e comunidade fazem parte. Por exemplo, uma pesquisa feita em 2011 por pesquisadores do Berkman Center da Universidade de Harvard,

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://bulkorder.ftc.gov/publications/net-cetera-chatting-kids-about-being-online>>.

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://www.ftc.gov/system/files/attachments/press-releases/ftc-approves-kidsafe-safe-harbor-program/140212coppa-safeharborapp.pdf>>.

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://www.natlawreview.com/article/children-s-online-privacy-protection-act-coppa-federal-trade-commission-did-some-kid>>.

<sup>14</sup> Disponível em: <<https://epic.org/privacy/kids/>>.

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://www.aclu.org/blog/technology-and-liberty-national-security/kids-are-alright-what-about-rest-us>>.

focada numa amostragem de mais de 1.000 pais americanos, com filhos entre 10 e 14 anos, revelou que:

- Apesar da idade mínima para a utilização do Facebook ser de 13 anos, pais de crianças com 13 e 14 anos reportaram que permitiram que seus filhos se registrassem e usassem Facebook com 12 anos;
- 55% dos pais de crianças com 12 anos reportaram que seus filhos já possuem contas no Facebook e 82% desses pais sabem que seus filhos se registraram na rede social, sendo que 76% dos pais inclusive ajudaram seus filhos a cadastrarem-se;
- 78% dos pais entrevistados declararam achar aceitável que seus filhos violassem o requerimento de idade mínima para utilizar o Facebook.<sup>16</sup>

Com base nesses dados<sup>17</sup> e em outras pesquisas focadas nos hábitos de crianças e adolescentes nos EUA, a pesquisadora Danah Boyd afirmou que o COPPA possui uma consequência não prevista – a de criar uma barreira digital com relação a crianças de camadas mais pobres ou que estão em situação de serem vítimas de abuso:

“Sites focados em crianças enfrentam esse desafio, mas com frequência excluem as crianças cujos pais não possuem os recursos para pagar pelos serviços, aqueles sem cartão de crédito, e aqueles que se recusam a fornecerem dados adicionais sobre seus filhos para conseguirem a permissão. A situação é ainda mais complicada para crianças expostas à violência doméstica, filhos de pais ausentes, ou cujos responsáveis legais mudam com frequência. Sites mais gerais, incluindo plataformas de comunicação como Gmail e Skype, e serviços de mídias sociais, como Facebook e Twitter, geralmente preferem evitar quaisquer complicações sociais, técnicas, econômicas envolvidas assim como aquelas envolvendo a liberdade de expressão.”<sup>18</sup>

Por outro lado, pesquisas recentes demonstram um crescimento na compreensão por crianças e adolescentes do que significa sua privacidade, o que tem um impacto direto na quantidade e qualidade de informações pessoais que compartilham e com quem o fazem. Por exemplo, à medida que mais adolescentes ganham acesso a *smartphones* e *tablets* são otimizados para aplicações móveis e para conexão à Internet, eles, tal como os adultos, têm abraçado a crescente prática de *download* de aplicativos e diversas formas de interação. Porém, na maioria das vezes, esses jovens têm tomado formas de proteger sua privacidade por meio de medidas tecnológicas proporcionadas pelo próprio aplicativo e, quando tais opções não são oferecidas, têm optado por desinstalá-los.<sup>19</sup>

<sup>16</sup> Disponível em: <<http://www.zephorias.org/thoughts/archives/2011/11/01/parents-survey-coppa.html>>.

<sup>17</sup> Danah Boyd; Eszter Hargittai; Jason Schultz; John Palfrey. Why parents help their children lie to Facebook about age: Unintended consequences of the ‘Children’s Online Privacy Protection Act. *First Monday*, v. 16, n. 11, 7 nov. 2011. Disponível em: <<http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/3850/3075>>.

<sup>18</sup> Disponível em: <<http://www.zephorias.org/thoughts/archives/2011/11/01/parents-survey-coppa.html>>.

<sup>19</sup> Por exemplo, 51% dos jovens entre 12 e 17 anos evitaram completamente alguma aplicação por preocupações com sua privacidade. Disponível em: <<http://www.pewInternet.org/2013/08/22/teens-and-mobile-apps-privacy/>>.

Por exemplo, entre aqueles que usam Facebook, 60%<sup>20</sup> mantêm seus perfis privados, o que acreditamos ser um bom exemplo, visto que muitos divulgam fotos, cidade onde moram, escola em que estudam e, alguns, até mesmo seus números de celular.<sup>21</sup> Em outra pesquisa, 70% dos jovens entre 12 e 17 anos declararam pesquisar, buscar ou pedir ajuda a família e amigos sobre como proteger sua privacidade.<sup>22</sup>

Todos esses dados apontam claramente que a existência de uma legislação sobre privacidade aplicada a menores de 18 anos não é, por si só, suficiente para que se desenvolva uma consciência sobre o direito dos indivíduos à privacidade e a importância desse direito na vida de jovens – ainda que seja um grande passo para a concretização do direito à privacidade e controle de práticas empresariais que podem ser consideradas abusivas. Esse deve ser um esforço maior do Estado, da comunidade e dos pais, preferencialmente em ações conjuntas e complementares, incluindo a elaboração e disponibilização de um conjunto de informações claras e de canais de suporte a crianças e adolescentes.

## CONCLUSÃO

Assim, a forma com que a regulamentação abordará a proteção dos dados dos menores deve ser ponderada com bastante cuidado em um ponto específico: a proteção de seus dados pessoais, assim como ocorre com os adultos, não deve ser encarada somente como uma liberdade negativa, isto é, uma restrição ao exercício de direitos que possa prejudicar alguém – no caso, crianças e adolescentes. A proteção de menores quanto à sua utilização da Internet também deve ser vista como um incentivo à promoção de espaços e ferramentas com os quais esses indivíduos possam desenvolver a sua personalidade sem estar expostos a riscos desnecessários e por meio dos recursos disponibilizados pela rede. É nesse sentido e com esse objetivo que devem ser lidos os dispositivos do anteprojeto de lei de proteção de dados pessoais.

Uma disciplina normativa sobre proteção de dados, além de fornecer instrumentos eficazes para a tutela do titular em relação a situações de uso abusivo de seus dados, serve para fornecer ao cidadão garantias de segurança e respeito aos seus próprios dados a serem assimilados por todos os atores envolvidos no ecossistema dos dados pessoais – ou seja, o setor privado, o Estado e quaisquer entidades que realizem o tratamento de dados. Isso proporciona segurança ao titular e garante que ele possa fazer circular a sua própria informação em circunstâncias que permitam seu controle.

Assim, paradoxalmente, a segurança proporcionada ao cidadão por uma regulamentação eficaz sobre proteção de dados pode até mesmo favorecer que este compartilhe informações a seu respeito, fazendo com que o fluxo legítimo de informações pessoais a seu respeito cresça, sempre que isso corresponder à sua vontade.

Portanto, muito embora seja possível observar uma espécie de confluência no debate acerca dos problemas acarretados pela coleta e uso indiscriminado de dados pessoais de menores

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://www.pewInternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>>.

<sup>21</sup> Disponível em: <<http://www.pewInternet.org/2013/05/21/what-teens-share-on-social-media-2/>>.

<sup>22</sup> Disponível em: <<http://www.pewInternet.org/2013/08/15/where-teens-look-for-online-privacy-advice/>>.

pela Internet, fato é que também há ocasiões nas quais eles poderão, legitimamente, valer-se de direitos garantidos por uma normativa de proteção de dados para exercer maior controle sobre o fluxo de sua informação pessoal e, dessa forma, valer-se da normativa para legitimar e emprestar segurança ao compartilhamento de informações a seu próprio respeito.

## REFERÊNCIAS

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014.

## PROIBIR, VIGIAR OU REGRAR O USO DAS REDES SOCIAIS POR CRIANÇAS?

Drica Guzzi<sup>1</sup>

Que bom, costumamos dizer, estar em plena era da colaboração. Trabalhando a favor do livre acesso ao conhecimento como meio privilegiado de participação e aprendizagem formal e informal de todos na rede, vemos o quanto é importante e prazeroso acompanhar discussões e notícias interessantes que temos a oportunidade de compartilhar, às vezes, com o mundo todo.

Entretanto, como salientamos em outro artigo – *Desafios das políticas públicas: riscos e oportunidades andam de mãos dadas*<sup>2</sup> –, quem habita a Internet corriqueiramente — por computador, celular ou *tablet* — pode ter observado que, tanto em redes sociais quanto em *sites* de buscas, serviços e vendas cada vez mais integram os usuários automaticamente em redes de compartilhamento, por meio de uma sincronização de dados.

É evidente que os dispositivos que permitiram construir eficientes bancos de dados são parte da evolução tecnológica inteligente, gerada pelo mapeamento de hábitos e costumes dos usuários, de modo a facilitar potencialmente o acesso a dados mais específicos ou considerados preferenciais em meio ao mar de informações que circulam na rede.

Mas, na mesma medida em que essas evoluções ocorrem para nos ajudar, é preciso reforçar a outra face da moeda: a necessidade de maior cuidado e vigilância em torno da privacidade dos dados pessoais. Isso diz respeito, sem exceção, a todos os usuários em rede: gestores e programadores, *hackers*, órgãos do governo, ONG, juristas, pais, educadores, adolescentes e crianças.

Nota-se que, em breve período de tempo, orientações e diretrizes quanto à automação de serviços de rastreamento podem fazer com que um mesmo *site*, que foi utilizado com segurança há seis meses, hoje, não possa mais ser considerado seguro.

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Coordenadora de Projetos e Pesquisas do Núcleo das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas à Educação – Escola do Futuro/ Universidade de São Paulo (USP). Pesquisadora e ativista de participação em políticas públicas em rede, seu livro *Web e participação: a democracia no século XXI*, publicado pela Editora Senac São Paulo, conquistou o terceiro lugar no Prêmio Jabuti 2011.

<sup>2</sup> Desafios das políticas públicas: riscos e oportunidades andam de mãos dadas. In: COMITÊ GESTOR DA INTERNET - CGI.br. *TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. p. 37-45. Disponível em: <<http://www.dricaguzzi.com.br/desafios-das-politicas-publicas-riscos-e-oportunidades-andam-de-maos-dadas/>>.

Em agosto de 2013, por exemplo, o Facebook anunciou que pretendia fazer mudanças relativas à privacidade dos dados dos perfis, alertando que poderiam ser usados para publicidade e para criar *tags* automáticas, entre outras advertências. As mudanças divulgadas foram tratadas então como propostas, solicitando-se a opinião dos usuários em um período de sete dias antes de sua implantação. Em 2014, antes de outras mudanças implementadas – o que veio a acontecer, na realidade, em janeiro de 2015 –, pediu-se que os usuários seguissem as normas de privacidade quanto ao seu perfil. Entre os dados que poderiam ser acessados livremente, constava, inclusive, a foto do perfil dos usuários. Um fato muito contestado nos EUA, pois, segundo especialistas, uma foto poderia ser utilizada como senha de acesso para alguns serviços eletrônicos.

## VALOR DA INFORMAÇÃO NO MERCADO

Assim como todos, precisamos saber o porquê de muitas páginas que acessamos poderem ser vistas por diversas redes de rastreamento de dados, é preciso que os pais e responsáveis ajudem as crianças na tarefa de utilizarem os serviços, cursos, buscas etc. que acessam e, principalmente, em como interagir nas redes sociais com maior segurança.

A questão do compartilhamento dos dados pessoais obtidos por meio do acesso inadvertido faz parte de uma grande discussão mundial. Não temos como saber quantas empresas monitoram os *sites* que visitamos, mas eles podem ter acesso até mesmo ao que digitamos ou clicamos em algumas situações.

É importante saber que, a partir de algumas informações possíveis de serem coletadas por meio de *cookies*, empresas ou indivíduos podem traçar perfis dos usuários baseados em seus interesses pessoais, por classe social, idade, local onde vivem, preferências de leitura, filmes, música, passeios e comida, podendo “vendê-los” para fins de propaganda direcionada.

Essa é uma tendência que pode se expandir em uma velocidade incrível. Até mesmo *sites* de busca mais tradicionais assumem a posição de que estão se voltando cada vez mais para os perfis de conteúdo, o que pode favorecer a competitividade por programas cada vez mais sofisticados de monitoramento de dados.

## TRANSPARÊNCIA NO USO DOS DADOS

Alguns *sites*, em nome da transparência de informações, podem nos auxiliar a entender as políticas de privacidade aplicadas aos seus conteúdos e rastreamento de informações. A política de privacidade do Google, por exemplo, embora não possa responder por todos os *sites* que fazem compartilhamentos de dados integrados a ele, disponibiliza algumas informações acerca de como as coletas de dados podem ser realizadas. No caso específico do Google, essa política de privacidade explica: a) quais informações são coletadas e por que são coletadas; b) como essas informações são usadas; e c) opções que eles oferecem.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.google.com/intl/pt-br/policies/privacy/#infochoices>>. Acesso: 21 mar. 2015.

Segundo o *site* aponta, tenta-se manter tudo o mais simples possível com termos como *cookies*, endereços IP e *pixel tags*, por meio de *termos-chave*.

Como o Google, outros *sites* de busca e redes sociais mais tradicionais atualizam, na medida do possível, suas próprias ferramentas para que, como indicam, os usuários possam manter maior segurança e privacidade. No entanto, até alguns experientes usuários consideram que nem sempre as explicações são tão claras e fáceis de manejar por todos. Em muitos deles, o passo a passo funciona, mas alguns mais comerciais ainda associam a venda deste ou daquele antivírus ou *antispywares* para garantir maior confiabilidade aos seus programas ou plataformas. Se ocorrer alguma falha na velocidade da atualização, certamente, comprometerá a garantia de segurança em seus usos.

## PRIVACIDADE E SEGURANÇA PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA REDE

De acordo com a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 (CGI.br, 2014), a presença de crianças e adolescentes nas redes sociais, notadamente no Facebook, obteve crescimento expressivo de 2012 para 2013. Ainda que a orientação do Facebook, para uso dessa rede social, seja para crianças acima de 13 anos, não existem mecanismos formais que impeçam a inscrição do perfil de um usuário antes dessa idade. A pesquisa ainda aponta que, entre as crianças e adolescentes usuárias de Internet com idades entre 9 e 17 anos, 77% indicam o Facebook como a sua rede social mais utilizada.

Como já vínhamos antecipando como uma tendência, o uso dos equipamentos móveis para acessar a Internet se destacou pelo seu relevante crescimento. Se, em 2012, a proporção de uso do celular entre jovens usuários de Internet era de 21%, em 2013, ela avançou para 53%. Ou seja: mais da metade das crianças e adolescentes passaram a acessar a Internet por esse equipamento móvel. Em relação aos *tablets*, o crescimento também foi grande: de 2% para 16%.

Quando perguntados de qual ambiente os jovens mais se conectam à Internet, a maior parte declara ser da sala de estar (68%) e do quarto de dormir (57%). Um fato a ser destacado aqui é que, na comparação com os dados da pesquisa anterior, o quarto indicou um aumento de 31 pontos percentuais em relação ao ano de 2012. Também cabe lembrar que o acesso à Internet de casa aumentou na medida em que diminuiu nos centros de acesso pago, como as *lanhouses* (de 35%, em 2012, para 22%, em 2013).

Esses resultados parecem indicar que o quarto é o lugar onde a criança ou o adolescente encontra maior privacidade, representando, portanto, um desafio para os pais no que se refere à mediação no acesso à rede.

## PROIBIR, VIGIAR OU REGRAR O USO DAS REDES SOCIAIS POR CRIANÇAS?

Num universo em que 77% dos jovens de 9 a 17 anos usuários de Internet mantêm perfil no Facebook, como indica a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 (CGI.br, 2014), proibir o acesso ou exigir que lhes passem a senha para que se possa vigiá-los, provavelmente, serão as piores opções que os pais possam fazer em relação à navegação segura dos filhos na Internet.

É preciso entender que crianças e adolescentes entram nas redes porque querem “bater papo”, fazer novas amizades, jogar sozinhos ou com outros, postar fotografias e ver as dos amigos e dos amigos dos amigos que acham interessantes, expor suas opiniões, fazer comentários, enfim, gerar conteúdos, recolher, compartilhar e, principalmente, aprender.

Infelizmente, algumas dessas informações que as crianças, inadvertidamente, postam em suas páginas podem torná-las vulneráveis a algumas “pegadinhas”, que, no início, são inocentes experimentações, mas que podem levar ao *cyberbullying*, ao *phishing* e a outros tipos de ameaças mal-intencionadas.

No contexto da mediação parental e do tipo de orientação dada pelos pais/responsáveis para o uso da Internet, a pesquisa de 2013 apontou que, segundo a declaração dos pais, 81% dos jovens conversam com eles sobre esse uso (um aumento de três pontos percentuais em relação a 2012); e 43% realizam atividades junto com eles na rede. Ainda nesse contexto, segundo a percepção de seus pais ou responsáveis sobre riscos na rede, apenas 8% dos jovens passaram por alguma situação de incômodo ou constrangimento na Internet (6%, em 2012). Ao mesmo tempo, ocorreu um aumento percentual de três pontos de jovens que são estimulados a aprender coisas por conta própria na Internet, segundo a declaração de seus pais.

Para os pais que já mantêm a possibilidade de um diálogo franco e aberto, torna-se mais fácil incentivar os filhos a exporem os motivos de se sentir desconfortáveis ou ameaçados por alguma situação mais grave.

Outros pais e educadores, que possuem maior dificuldade para conversar, precisam se disponibilizar a dar mais atenção aos sintomas de ansiedade das crianças, buscar desvendar o que as angustiam e ouvi-las quando manifestarem desejo de falar sobre o assunto, de modo a que possam pensar juntos como resolver problemas que envolvam riscos em potencial.

Não se trata de, apenas, sentar junto cada vez que os filhos usam o computador, desse modo, vigiando o que fazem. Se certa vigilância é necessária, é preciso compreender o limite de sua adequação e ter em mãos bons argumentos para orientar. O uso da Internet desejável para a aprendizagem requer também que os jovens desenvolvam suas próprias habilidades de privacidade e seleção de conteúdo.

## HABILIDADES E RISCOS DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Em relação às habilidades dos jovens para usar a Internet, 58% dos jovens de 11 a 17 anos declaram saber mudar as configurações de privacidade em perfis nas redes sociais e 42% afirmam saber comparar sites da *web* para verificar se as informações são verdadeiras.

Em relação a riscos *on-line*, 38% dos jovens adicionaram pessoas que não conheciam pessoalmente às suas listas de amigos ou contatos nas redes sociais. Ainda de acordo com a pesquisa, as faixas de idade mais altas reportam mais atividades de risco potencial em relação aos mais novos.

Todavia, também merece atenção o fato de muitos jovens colocarem em primeiro lugar o uso da Internet para fazer amigos. Nunca é demais lembrar aos pais e educadores que insistam que alguém com quem o filho ou aluno se comunica apenas *on-line* não é um “amigo”, como pode parecer. As crianças correm real perigo ao conversar com estranhos na rede, postando fotos e vídeos que julgam que seus amigos possam curtir.

Por isso, é preciso destacar os índices relativos à exposição dos usuários na rede no que se refere aos tipos de informações pessoais que compartilham com os demais usuários. Do total de crianças e adolescentes que possuem perfil nas redes sociais, 93% declaram disponibilizar na sua página uma foto que mostra claramente o seu rosto. O nome da escola onde estudam é compartilhado publicamente por 52% dos jovens e o endereço pessoal por 20%.

Mais do que vigiar o filho cada vez que ele acessa a Internet, seja em casa, seja por celular – afinal o celular em geral foi presente dos pais –, em que o custo para acessar o Facebook e o WhatsApp é zero pela maioria das operadoras brasileiras, afora a conversa, é preciso estabelecer algumas regras, pois, além do risco propriamente dito, todo excesso, sem regulação alguma, pode influir negativamente tanto nas tarefas escolares do ensino formal quanto no convívio social fora das redes.

## TENDÊNCIAS PARA A APRENDIZAGEM NA REDE

Embora os jovens tendam a evitar seus pais e outros adultos enquanto estão nas redes sociais, muito de seu entrosamento com as tecnologias de comunicação ocorre no contexto da casa e na vida em família. Segundo a MacArthur Foundation (s/d), estudos da Associação de Software de Entretenimento indicaram que 35% dos pais norte-americanos jogam com seus filhos. Entre os pais jogadores, 80% relataram que jogam com os filhos e dois terços (66%) colocaram que os jogos em comum aproximam as pessoas na família.

Essa mesma pesquisa revela que, muitas vezes, as crianças desempenham um papel importante como *experts* no uso de novas tecnologias em casa, interpretando ou servindo de intermediários em *websites* e outras formas de compartilhamento. Essa é uma tendência no mundo todo.

Muito mais do que a exposição pura e simples na rede, a nova tendência de *e-learning* integra um “ficar à toa” a toda uma experiência de aprendizado, baseada em interesse e foco em trabalhos e conteúdos capazes de explorarem e expandirem o conhecimento, de forma apaixonada, com o apoio de amigos e adultos. Algumas atividades desse “ficar à toa” incluem comparar, procurar por informação *on-line*, experimentar, divertir-se e compartilhar. Uma aprendizagem conectada. Trata-se de um estágio de transição entre o expor-se e participar mais dos acontecimentos no mundo, em uma nova linguagem que faz parte de todo o processo de formação de subjetividade no mundo contemporâneo.

Todavia esse “ficar à toa” requer uma orientação conduzida por recursos de aprendizagem. Como pondera Sangrá (2015), da Universidade Aberta da Catalunha, “apenas o uso da

tecnologia não implica, de forma automática, a melhoria da qualidade da formação escolar”<sup>4</sup> e, às vezes, sem alguma orientação, pode ocorrer o contrário.

Esse modelo deve se basear em evidências de que o aprendizado mais resistente, adaptável e eficaz envolve o interesse individual, assim como o apoio social para superar dificuldades. Por isso, é preciso saber usar as novas tendências de comunicação a favor do crescimento e da manutenção de ambientes que promovam o ensino conectado de uma forma ampla e equitativa.

Uma das fortes tendências mundiais de *e-learning* traduzida como forma de microaprendizagem (*micro e-learning*). Trata-se de uma nova forma de tecnologia para melhorar a aprendizagem. Relacionada com a cultura *maker* (como fazer as coisas), conduz a aprendizagem em pequenos passos de forma bem aplicada, como quando se aprende uma língua ou um instrumento musical.

Com certeza, há muito o que fazer para aproveitar suficientemente a capacidade de aprendizagem colaborativa na rede ou aprendizagem conectada. Ou seja, é desejável a liberdade para aprender, mas é importante não esquecer que os recursos de aprendizagem devem estar sempre alinhados com o uso das novas tendências de comunicação.

Esse é um desafio a respeito do qual o governo, educadores, gestores, programadores, *designers* instrucionais, pais, enfim, a sociedade em geral deve refletir.

## REFERÊNCIAS

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014. Disponível em: <<http://www.cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>>. Acesso: 15 fev. 2015.

GUZZI, D. *O cuidado de si e o mundo distribuído. A apropriação dos meios de comunicação e as novas práticas políticas em rede*. 2015, 439fls. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo.

\_\_\_\_\_. Desafios das Políticas Públicas: riscos e oportunidades andam de mãos dadas. In: COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. In: *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. p. 37-45. Disponível em: <<http://www.dricaguzzi.com.br/desafios-das-politicas-publicas-riscos-e-oportunidades-andam-de-maos-dadas/>>.

ITO, M. *Connected Learning*, 2012. Disponível em: <[http://www.itofisher.com/mito/weblog/2012/03/connected\\_learning.html](http://www.itofisher.com/mito/weblog/2012/03/connected_learning.html)>. Acesso em: 30 mar. 2015.

MACCARTHUR FOUNDATION. *Vivendo e aprendendo com os novos meios de comunicação*. Resumo das Descobertas do Projeto Juventude Digital [mimeo]. Chicago [s.n., s/d].

SANGRÁ, A. *Ter acesso à informação não é o mesmo que aprender*. Entrevista a Aurea Lopes. São Paulo: Rede Educa, 2015. Disponível em: <<http://www.aredo.inf.br/ter-acesso-a-informacao-nao-e-o-mesmo-que-aprender/>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

SNOWDEN, E. *É assim que retomaremos a Internet*. Palestra no TedX em 2014. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=-KtBWg9vS\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=-KtBWg9vS_k)>. Acesso: 03 maio 2015.

<sup>4</sup> Entrevista à Rede Educa. (2015) Disponível em: <<http://www.aredo.inf.br/ter-acesso-a-informacao-nao-e-o-mesmo-que-aprender/>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

## MUDANÇAS NAS EXPERIÊNCIAS ON-LINE DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE UMA PERSPECTIVA LONGITUDINAL<sup>1</sup>

Uwe Hasebrink<sup>2</sup>

### INTRODUÇÃO

Ainda que estejam bem integradas às atuais práticas cotidianas, as mídias *on-line* ainda são consideradas “novas mídias”. Por isso, a pesquisa empírica, e também o debate público e político, têm se concentrado em questões relacionadas à transição do universo “*off-line*” para o “*on-line*”. Com a difusão e apropriação das mídias *on-line*, essa distinção está se tornando menos importante. Em vez disso, fica evidente que os ambientes *on-line* estão sujeitos a processos rápidos e contínuos de transformação. E isso inclui o crescente papel da comunicação móvel, novos dispositivos, novos serviços ou “*apps*” (aplicativos) e novas práticas de comunicação individual e em grupo. Conseqüentemente, o campo da pesquisa deve prestar mais atenção às *mudanças* nas experiências *on-line* de crianças e adolescentes.

Este estudo baseia-se no trabalho empírico e conceitual da rede EU Kids Online de uma perspectiva longitudinal: o que podemos dizer sobre as mudanças nas experiências *on-line* de crianças e adolescentes? Para responder a essa pergunta, são discutidos alguns fatores gerais de mudança que se constituem enquanto contexto relevante para as experiências *on-line* de jovens. Nesse cenário, são apresentados diferentes tipos de evidências empíricas de que ilustram tais modificações.

<sup>1</sup> Este artigo foi realizado com base em um breve relatório da pesquisa EU Kids Online: HASEBRINK, U. *Children's changing online experiences in a longitudinal perspective*. 2014. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/60083/>>.

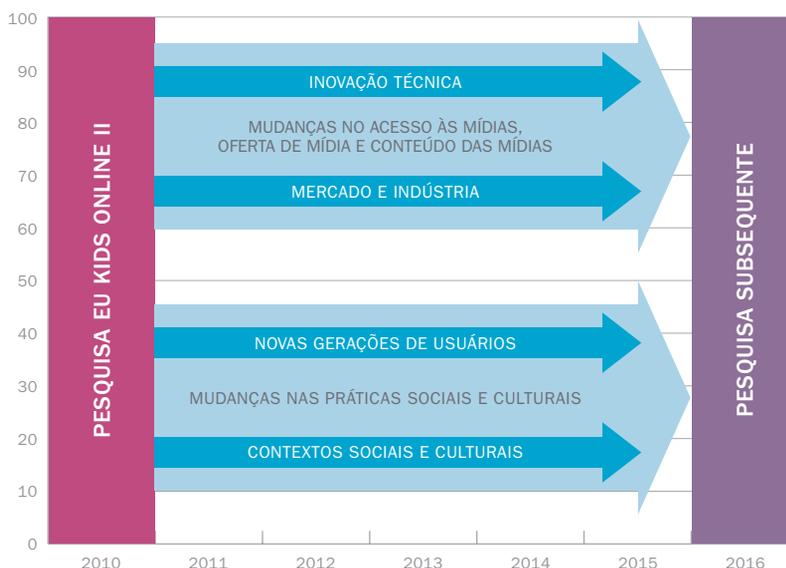
<sup>2</sup> Diretor do Hans Bredow Institute for Media Research e professor de Estudos Empíricos em Comunicação da Universidade de Hamburgo, na Alemanha. Seus principais interesses em pesquisa se referem aos usos e efeitos das mídias. Está envolvido em inúmeros projetos sobre experiências de crianças e adolescentes com a mídia (veja em: <[www.hans-bredow-institut.de](http://www.hans-bredow-institut.de)>). É membro do Grupo de Administração da rede EU Kids Online desde 2006 e coordenador dessa rede desde 2015 (veja em: <[www.eukidsonline.net](http://www.eukidsonline.net)>).

Primeiro, a pesquisa EU Kids Online, realizada em 2010, é analisada a partir de uma perspectiva longitudinal. Essa análise centra-se na suposição de que o processo de difusão da Internet não ocorreu simultaneamente na Europa e, conseqüentemente, as diferenças internacionais nas experiências *on-line* de crianças e adolescentes podem ser interpretadas como resultado do fato de alguns países estarem “à frente” em termos de disseminação da Internet e de outros estarem “atrasados”. Além dessa análise entre vários países, alguns achados do projeto Net Children Go Mobile (realizado em 2013/2014) são apresentados, com isso, permitindo comparações longitudinais com base em indicadores sobre as experiências *on-line* de crianças e adolescentes. Por fim, as conclusões resumem os principais achados referentes aos aspectos mais relevantes das mudanças nas experiências *on-line* de jovens e discutem as conseqüências para o desenho de pesquisas longitudinais.

## FATORES DE MUDANÇA

Em 2010, a rede EU Kids Online realizou uma pesquisa abrangente com aproximadamente 25 mil crianças e adolescentes entre 9 e 16 anos de idade e seus pais ou responsáveis, em 25 países da Europa (LIVINGSTONE et al., 2011). Hoje, cinco anos depois, várias coisas mudaram no ambiente *on-line*. Os pesquisadores e interessados estão, portanto, demandando uma nova pesquisa com amostra e questionário comparáveis, para avaliar as mudanças no uso e nas experiências *on-line* de jovens desde 2010. Contudo, essa avaliação das mudanças não é tão simples de ser apreendida, sendo um processo mais complexo que simplesmente repetir a pesquisa. O uso e as experiências *on-line* de crianças e adolescentes são inseridos num processo mais amplo de apropriação cultural e social das mídias *on-line*. Conforme ilustrado na Figura 1, esse processo é moldado por vários fatores de mudança.

FIGURA 1  
FATORES DE MUDANÇA NO PROCESSO DE APROPRIAÇÃO SOCIAL DAS MÍDIAS *ON-LINE*



De acordo com a Figura 1, as práticas *on-line* de crianças e adolescentes precisam ser investigadas no âmbito de dois fatores contextuais abrangentes, que são:

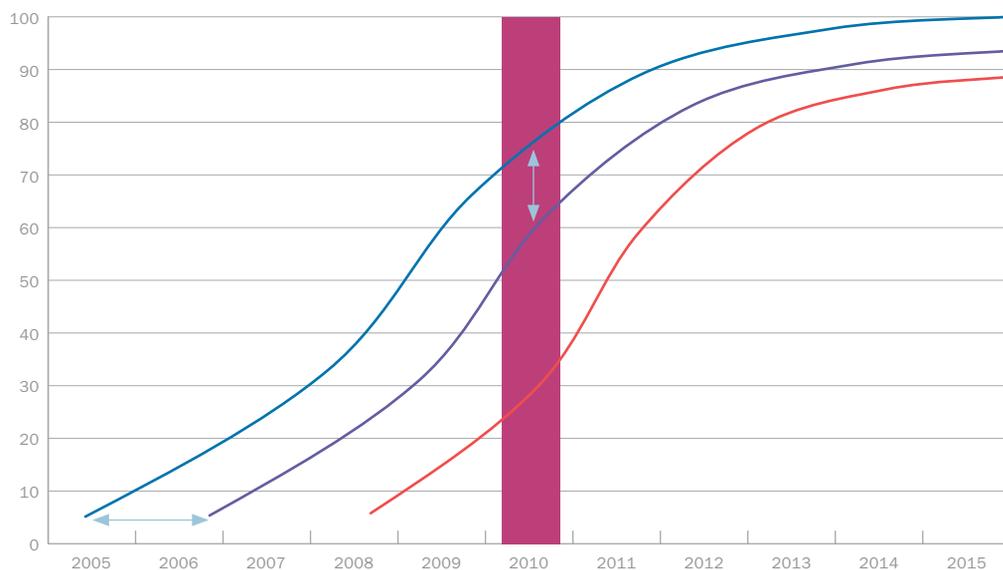
1. Mudanças no acesso às mídias, na oferta de mídia e no conteúdo das mídias. Os impulsionadores mais relevantes desse processo são as inovações técnicas, de um lado, e os desenvolvimentos do mercado e as estratégias da indústria de outro. Obviamente, ambos estão entrelaçados e, juntos, resultam em “o que está disponível para uso das mídias”.
2. Mudanças nas práticas sociais e culturais, nos hábitos do cotidiano e nos interesses e necessidades das pessoas. Esse é o lado do usuário de mídias. Os principais impulsionadores aqui são, de um lado, novos grupos de jovens e pais (dadas as diferenças entre gerações consecutivas ou gerações de usuários de mídias). Por outro lado, existem contextos sociais e culturais em transformação (isso indica que o padrão social e cultural de uso das mídias digitais está mudando, como, por exemplo, pressão para permanecer conectado, para participar de plataformas de redes sociais, etc.). Novamente, esses dois fatores estão obviamente entrelaçados; juntos, resultam em “padrões de práticas sociais e culturais em mudança”.

## DADOS PARA ANÁLISES LONGITUDINAIS

### COMPARAÇÕES ENTRE VÁRIOS PAÍSES

Para obter evidência empírica sobre as mudanças nas experiências *on-line* de crianças e adolescentes, uma abordagem inicial assumiria que os países diferem no momento em que começaram a adotar a comunicação *on-line* e apropriar-se dela. Dados transversais fornecidos pela pesquisa EU Kids Online, realizada em 2010, podem ser usados para analisar o processo de apropriação. Na Figura 2, é apresentado o argumento. As curvas assinalam a penetração da Internet em três países ilustrativos. A curva superior indica que o país, representado pela cor azul, iniciou esse processo antes que os outros. A suposição é a de que as diferenças empíricas entre os países, quando foram observados em 2010, são (parcialmente) explicadas por essa diferença no momento em que a Internet passou a se disseminar no país. Portanto, essas diferenças podem ser interpretadas como indicadores dos padrões das mudanças no uso da Internet.

FIGURA 2  
DIFERENÇAS TRANSVERSAIS ENTRE OS PAÍSES A PARTIR DE UMA PERSPECTIVA LONGITUDINAL



Para aplicar essa abordagem na pesquisa EU Kids Online, definimos quatro grupos de países com base em dois indicadores quanto ao estado de penetração da Internet em 2010: a porcentagem da população que já usava a Internet em 2009 e o número de anos em que pelo menos 50% da população já usava a Internet (Tabela 1). As diferenças entre os quatro grupos são substanciais, indicando que não ocorreu uma difusão simultânea da Internet na Europa.

TABELA 1  
GRUPOS DE PAÍSES COM BASE NO STATUS DA PENETRAÇÃO DA INTERNET

Grupo	Usuários de Internet (2009) (%)	Anos em que pelo menos 50% usavam a Internet	Países*
I	>75	>7	DK, FI, NL, NO, SE, UK
II	58–71	3–7	DE, BE, EE, AT, FR, IE, SI
III	42–57	1–3	HU, LT, ES, PL, CZ, CY, IT, PT
IV	30–40	0	BG, EL, RO, TR

FONTE: EUROSTAT

\*BE: Bélgica; BG: Bulgária; CZ: República Checa; DK: Dinamarca; DE: Alemanha; EE: Estônia; IE: Irlanda; EL: Grécia; ES: Espanha; FR: França; IT: Itália; CY: Chipre; LT: Lituânia; HU: Hungria; NL: Holanda; AT: Áustria; PL: Polônia; PT: Portugal; RO: Romênia; SI: Eslovênia; FI: Finlândia; SE: Suécia; UK: Reino Unido; NO: Noruega; TR: Turquia.

Nesse artigo, a classificação dos países tem como objetivo refletir a apropriação social da Internet como um contexto importante para o comportamento *on-line* de crianças e adolescentes. A suposição geral das análises longitudinais é a seguinte: as diferenças nas práticas *on-line* de crianças e adolescentes dos diferentes grupos de países podem ser interpretadas como indicadores de mudanças longitudinais no processo de apropriação social das mídias *on-line*.

### DADOS LONGITUDINAIS

A segunda abordagem para se apreender as mudanças a longo prazo nas práticas *on-line* de crianças e adolescentes está baseada em estudos que incluem pelo menos duas medições em momentos diferentes. Uma fonte importante para esse tipo de evidência empírica é a pesquisa realizada pelo projeto Net Children Go Mobile (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014a; b), em 2013/14. O projeto Net Children Go Mobile reproduziu as partes principais da pesquisa EU Kids Online, adicionando uma ênfase nos dispositivos móveis. Foram entrevistados cerca de 3.500 usuários de Internet, com 9 a 16 anos de idade, de sete países selecionados da Europa (Bélgica, Dinamarca, Itália, Irlanda, Portugal, Romênia e Reino Unido). Portanto, para os aspectos das práticas *on-line* que se sobrepõem e para os países que participaram dos dois estudos, é possível fazer uma comparação entre 2010 e 2013/2014 (LIVINGSTONE et al., 2014).

### EVIDÊNCIA EMPÍRICA DAS MUDANÇAS NAS PRÁTICAS ON-LINE DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES

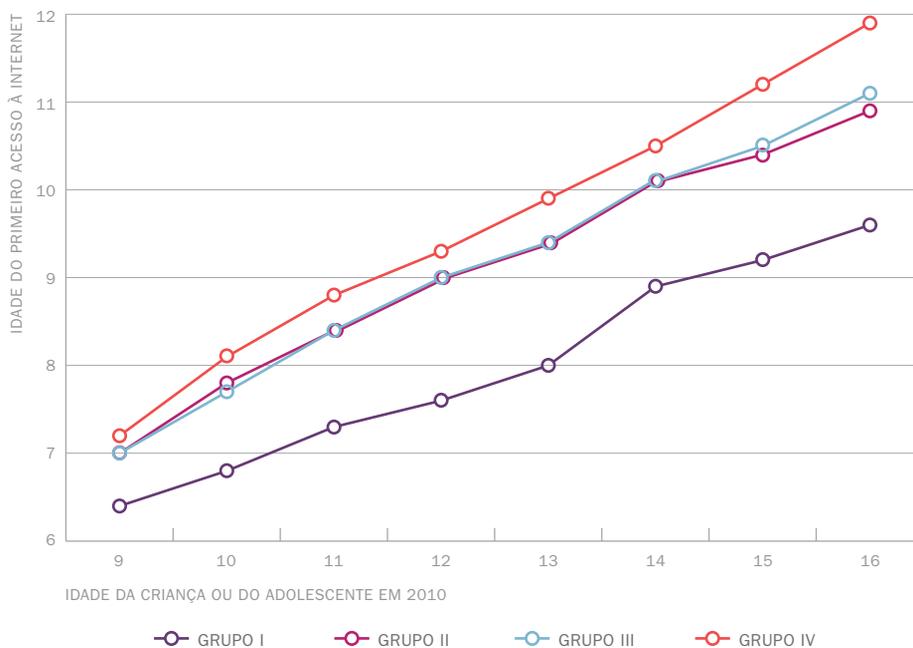
#### ACESSO ÀS MÍDIAS ON-LINE

Com relação às mudanças atuais no acesso *on-line* de crianças e adolescentes, um dos fatores mais óbvios da apropriação social das mídias *on-line* está relacionado às inovações técnicas, novos dispositivos e novos serviços (veja a Figura 1, acima). Os dados do projeto Net Children Go Mobile mostram que os jovens apresentaram maior probabilidade de usar a Internet em seu quarto em 2013/14 do que em 2010 (LIVINGSTONE et al., 2014; MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014a). Além disso, entre 2010 e 2013/2014, o computador pessoal (PC) deixou de ser o dispositivo técnico principal para acessar a Internet, ao passo que os *laptops* e *smartphones* se tornaram os mais comuns. Essas observações ilustram uma forte tendência de crianças e adolescentes usarem dispositivos mais personalizados para acessar a Internet.

No geral, o foco principal da pesquisa EU Kids Online não é saber quantas crianças e adolescentes têm acesso às mídias *on-line* e a qual contexto social pertencem. Por isso, a amostra incluiu apenas os jovens que já usavam a Internet para investigar seus padrões de uso e suas experiências. Contudo, existe um aspecto relacionado ao acesso que é muito relevante para as discussões sobre os riscos e as oportunidades *on-line*: a idade em que os jovens começam a usar a Internet; sendo plausível que, nos países mais avançados quanto ao processo de apropriação social das mídias *on-line*, as crianças e os adolescentes tenham começado a usar a Internet com idade menor. Um argumento que apoia essa suposição é o fato de que nesses países os pais/responsáveis provavelmente usem a Internet e tenham desenvolvido mais comportamentos rotineiros na rede mundial de computadores.

A pesquisa EU Kids Online perguntou a todos os jovens a idade em que começaram a usar a Internet. O Gráfico 1 indica a idade média do primeiro uso da Internet para cada faixa etária nos quatro grupos de países. Por exemplo, os usuários de Internet com 9 anos de idade dos países do Grupo 1 relataram que tinham menos de 7 anos quando usaram a Internet pela primeira vez, ao passo que os usuários de Internet com 9 anos de idade dos países do Grupo IV tinham mais que 7 anos. Na faixa etária de 9 a 16 anos, há uma evidência clara de que os jovens dos países mais avançados (linha inferior na cor azul) começaram a usar a Internet com idade menor, e que os jovens de países menos avançados (linha superior) começaram depois. A análise estatística mostra um efeito significativo do grupo de países, com todas as diferenças entre os quatro grupos (mesmo aquelas entre os Grupos II e III) também significativas e na ordem prevista.

GRÁFICO 1  
QUANDO AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES COMEÇARAM A USAR A INTERNET?

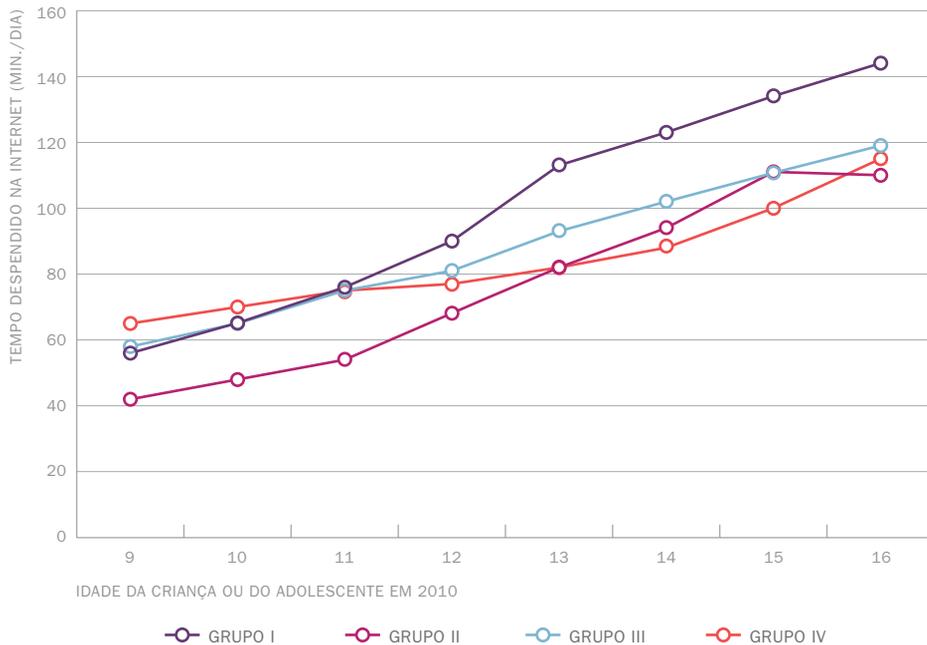


## USO DAS MÍDIAS ON-LINE

Em termos de quanto tempo crianças e adolescentes usam mídias *on-line* e quais serviços elas preferem, a suposição implícita que sustenta o debate público é a de que os jovens dos países com nível avançado de apropriação *on-line* passariam mais tempo na Internet e fariam uso de uma variedade maior de diferentes atividades *on-line*.

Os resultados da pesquisa EU Kids Online sobre quanto tempo por dia crianças e adolescentes ficam na Internet são um pouco ambíguos (Gráfico 2). No caso de crianças mais velhas e jovens, pelo menos, o Grupo I apresentou um período maior de uso da Internet. Os outros três grupos não se encaixam na suposição acima. Em média, as crianças e adolescentes dos países menos avançados do Grupo IV apresentam o segundo maior tempo gasto na Internet; e as crianças e adolescentes dos países do Grupo II, o menor tempo na Internet. A análise estatística revela uma interação substancial entre o grupo de idade e de países, indicando que, nos países menos avançados, as crianças e adolescentes mais jovens usam a Internet por mais tempo do que nos países avançados. O oposto se aplica aos mais velhos.

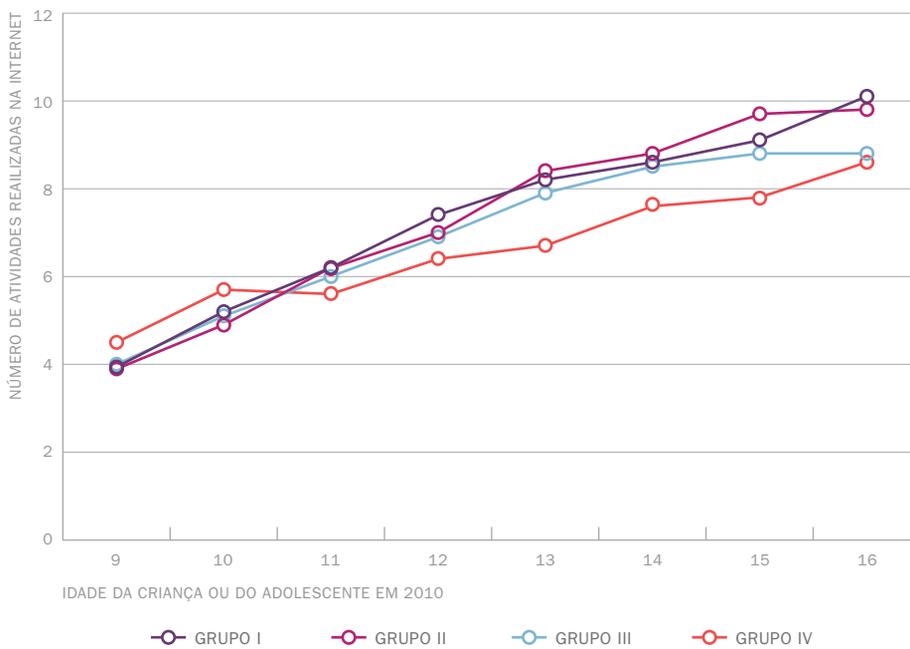
GRÁFICO 2  
POR QUANTO TEMPO CRIANÇAS E ADOLESCENTES FICAM ON-LINE?



Ao contrário da ideia dominante da difusão da Internet associada a um aumento linear e substancial do seu uso, a evidência empírica fornece um cenário diferente. As taxas de crescimento impressionantes do uso da Internet nos últimos anos se devem principalmente ao aumento contínuo do acesso. Ao considerar o comportamento daqueles grupos que de fato usam a Internet, as mudanças com o tempo não estão bem claras. Uma das razões pode ser que, hoje, as populações *on-line* também incluem muitos “retardatários”, isto é, pessoas que estão menos interessadas na comunicação *on-line* do que os “primeiros usuários”.

O próximo indicador do uso da Internet é a quantidade de atividades *on-line*. Os dados da pesquisa EU Kids Online incluem o número de serviços *on-line* (no total de 17 tipos diferentes) usados no último mês (Gráfico 3). Apenas para os participantes de 16 anos os quatro grupos de países se mostram conforme a hipótese prevista. E, em média, as crianças e os adolescentes dos países do Grupo IV apresentam a menor faixa de atividades. Além disso, os achados em geral são confusos e não estão de acordo com a suposição de que a apropriação social das mídias *on-line* está associada a uma faixa maior de atividades *on-line* de crianças e adolescentes.

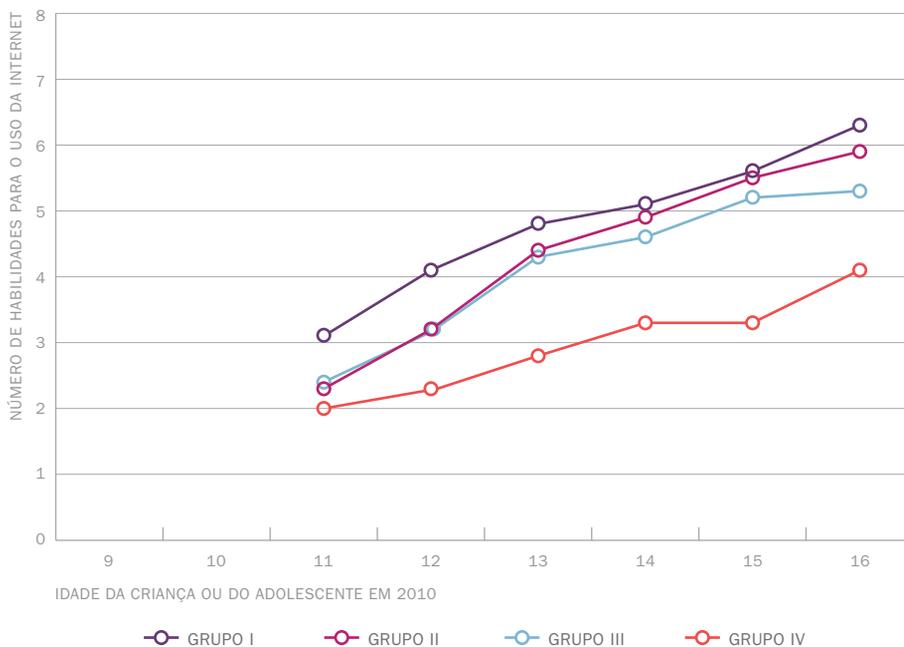
GRÁFICO 3:  
FAIXA DE ATIVIDADES ON-LINE



## HABILIDADES ON-LINE

Com relação às habilidades *on-line*, os dados da EU Kids Online incluem uma variável que mede o número de habilidades *on-line* (no total de oito) que o jovem declarou ter (Gráfico 4). Os resultados estão de acordo com a hipótese de que crianças e adolescentes dos países mais avançados têm mais habilidades do que aquelas dos países menos avançados. Em toda a faixa etária pesquisada nesse indicador (entre 11 e 16 anos), o grupo de quatro países se mostrou quase exatamente o mesmo segundo essa hipótese. A análise estatística confirma contrastes significativos para todas as diferenças.

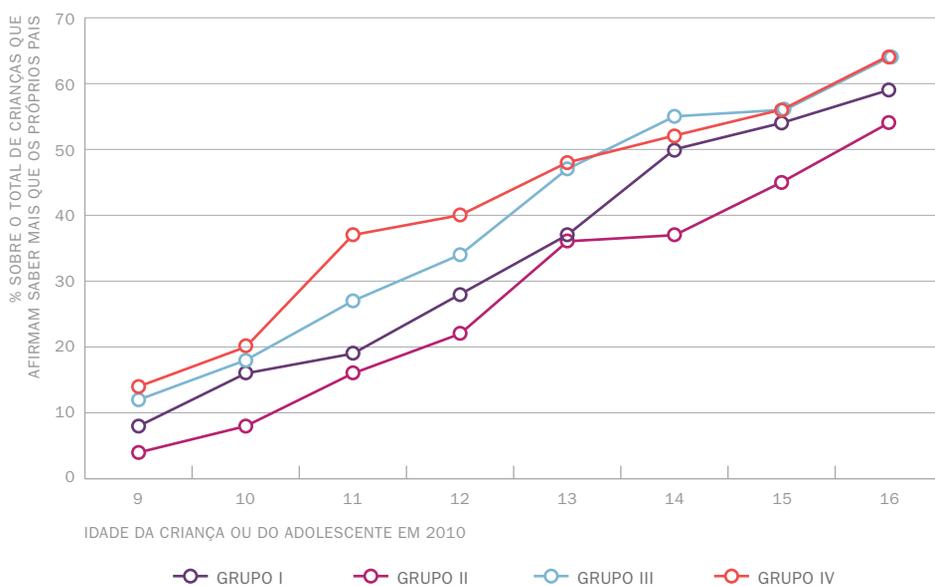
GRÁFICO 4  
HABILIDADES ON-LINE



A comparação dos dados dos estudos EU Kids Online e Net Children Go Mobile confirma a suposição de que, no processo de apropriação social da comunicação *on-line*, as habilidades *on-line* estão aumentando, e isso é particularmente verdadeiro para as habilidades relacionadas à segurança na Internet (LIVINGSTONE et al., 2014).

Um indicador interessante das habilidades é a porcentagem de crianças e adolescentes que acreditam saber mais sobre a Internet do que os seus pais. Um achado importante de análises anteriores da pesquisa EU Kids Online foi de que jovens cujos pais tinham alcançado um nível de escolaridade maior têm mais habilidades *on-line* do que aqueles de pais com menor nível de escolaridade, ainda que seja menos provável que estes aleguem saber mais sobre a Internet do que os seus pais. Com base nesse dado, podemos assumir que crianças e adolescentes dos países avançados, cujos pais estão mais familiarizados com a Internet, apresentam menor probabilidade de alegar que sabem mais do que os seus pais (Gráfico 5). Os achados parcialmente confirmam essa suposição. Os jovens dos países dos Grupos III e IV – que, como vimos acima, têm menos habilidades – apresentam maior probabilidade de alegar que sabem mais sobre a Internet do que os seus pais. Contudo a ordem dos Grupos I e II contradiz a hipótese, com menos jovens no Grupo II alegando saber mais do que os pais.

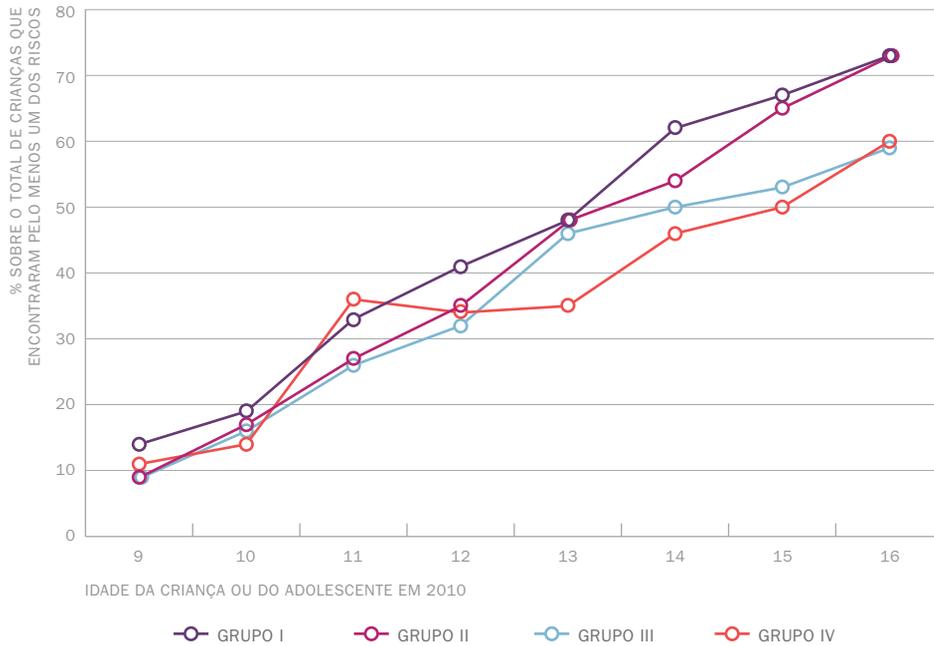
GRÁFICO 5  
CONHECIMENTO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES COMPARADO AO CONHECIMENTO DOS PAIS SOBRE A INTERNET



## RISCO E RESILIÊNCIA ON-LINE

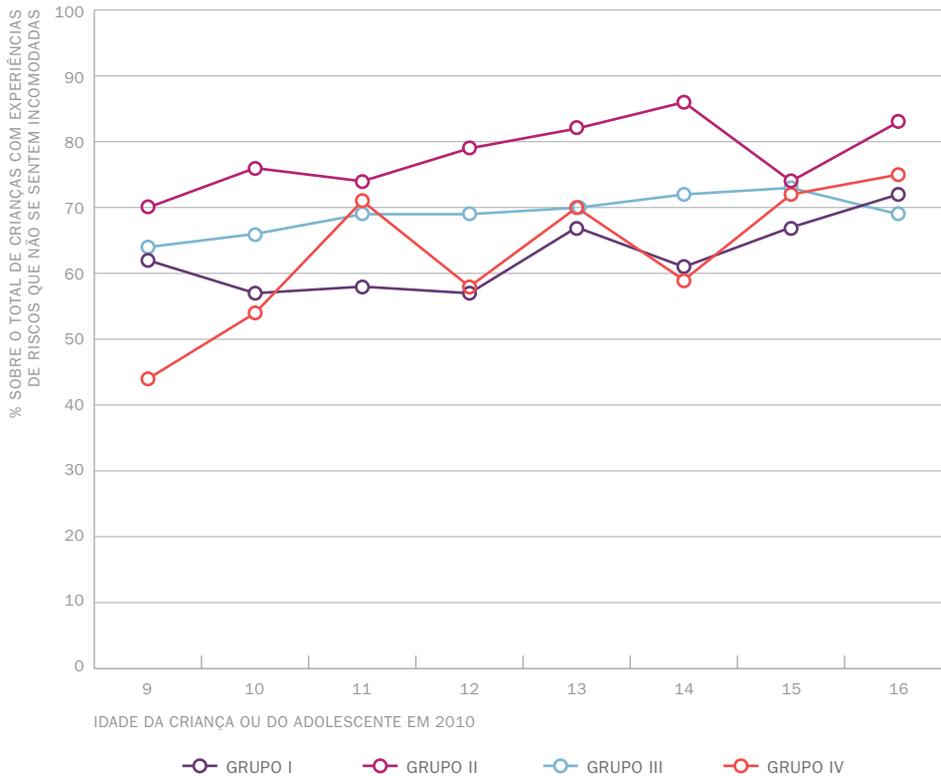
A pesquisa EU Kids Online questionou sobre sete riscos *on-line* distintos. O Gráfico 6 ilustra quantas crianças e adolescentes encontraram pelo menos um desses riscos. Em média, os resultados seguem a suposição de que o risco aumenta com a apropriação social contínua da comunicação *on-line* (Grupo I: 46%, Grupo II: 42%, Grupo III: 38%, Grupo IV: 36%).

GRÁFICO 6  
EXPERIÊNCIA RELATIVA AOS RISCOS DA INTERNET



Entre os jovens que encontraram algum risco, a porcentagem dos que disseram não ter encontrado evento algum que os tenha incomodado na Internet pode ser interpretada como um indicador de resiliência (D'HAENENS et al., 2013). Novamente, é plausível assumir que a resiliência aumenta com o processo contínuo da apropriação *on-line*. No Gráfico 7, indica-se que os Grupos II (em média 83,6%), III (79,1%) e IV (77,6%) seguem essa hipótese, ao passo que o Grupo I (78,6%) apresenta um grau menor de resiliência do que o esperado.

GRÁFICO 7  
RESILIÊNCIA: ENTRE OS QUE ENCONTRARAM ALGUM RISCO, QUANTOS NÃO SE SENTEM INCOMODADOS?



Considerando a probabilidade de experiência com algum risco e resiliência juntos, crianças e adolescentes dos países do Grupo I revelaram maior probabilidade de se sentir incomodados ou chateados por alguma coisa *on-line* (14%). Todavia a classificação dos outros três grupos leva à conclusão de que a probabilidade de os jovens se sentirem incomodados ou chateados por alguma coisa *on-line* aumenta com o processo de apropriação social (Grupo II: 8%, Grupo III: 10%, Grupo IV: 11%).

Com base nos dados longitudinais sobre mudanças nos riscos *on-line*, na comparação entre os dados EU Kids Online (2010) e Net Children Go Mobile (2013/14) para os sete países europeus incluídos nos dois estudos, os resultados indicam um pequeno aumento na probabilidade de os jovens se sentirem incomodados ou chateados por alguma coisa *on-line* (LIVINGSTONE et al., 2014). Alguns riscos concretos também aumentaram – por exemplo, mensagens de ódio e, num grau menor, pornografia, *cyberbullying* e encontros com contatos que fizeram pela Internet. Apenas as mensagens sexuais diminuíram.

## CONCLUSÕES

Para analisar as mudanças referentes a usos e experiências *on-line* de crianças e adolescentes, começamos com a suposição de que as diferenças entre os países em relação ao *status* que atingiram no processo de difusão da Internet podem ser consideradas como um indicador de mudança. De acordo com os resultados da pesquisa EU Kids Online de 2010, as crianças e adolescentes de países “avançados” começam a usar a Internet mais cedo, tendem a passar mais tempo realizando uma variedade maior de atividades *on-line*, têm mais habilidades em termos de questões de segurança da Internet e encontram mais riscos *on-line*, mas tendem a ser mais resilientes. Essas tendências são altamente plausíveis, sugerindo um processo cumulativo de apropriação social da comunicação *on-line*. Contudo os achados de alguns desses aspectos foram inconsistentes, indicando que essa apropriação não pode ser considerada um processo linear e unidimensional que todos os países seguem exatamente da mesma forma.

A rede EU Kids Online propôs uma classificação dos países baseada nos dados empíricos referentes aos padrões de uso de crianças e adolescentes, suas experiências com riscos e danos e a mediação dos pais (HELSPER et al., 2013). A Tabela 2 indica como os grupos de países que foram definidos nesse relatório – com base em dados coletados de forma independente sobre a difusão da Internet – relacionam-se com os quatro grupos de países definidos com base nos padrões de uso e experiência de crianças e adolescentes. Existe uma evidência de que os quatro grupos podem ser classificados na linha de difusão da Internet. Todos os países cujos jovens foram classificados como *supported risky explorers* – ou seja, crianças e adolescentes que exploram as oportunidades da rede, estão expostos a riscos, mas contam com o apoio e mediação parental – pertencem ao Grupo I em termos de difusão da Internet. A maioria dos países caracterizados como “protegidos com restrição” pertencem ao Grupo II. Embora a evidência para os outros grupos seja menos clara, pode-se concluir que há uma correlação substancial entre a difusão da Internet e os usos e as experiências de crianças e adolescentes *on-line*: 13 dos 25 países se encaixam nas células marcadas da Tabela 2. Essa correlação entre as duas classificações dos países está de acordo com a suposição de que as comparações internacionais podem de fato fornecer informações sobre as mudanças com o tempo.

TABELA 2  
GRUPOS DE PAÍSES BASEADOS EM: (A) DIFUSÃO DA INTERNET (GRUPOS I-IV) E (B) EXPERIÊNCIAS *ON-LINE* DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Classificação dos países	Grupo I	Grupo II	Grupo III	Grupo IV
Exploradores de oportunidades expostos a riscos, que contam com mediação parental	DK, FI, NL, NO, SE			
Protegidos por restrições	UK	BE, DE, FR, IE	ES, IT, PT	EL, TR
Usuários não protegidos		AT, SI	HU, LT	
Jogadores expostos a riscos, que contam com mediação parental parcial		EE	CY, CZ, PL	BG, RO

FONTE DA CLASSIFICAÇÃO DOS PAÍSES: HELSPER ET AL. (2013)

\*BE: Bélgica; BG: Bulgária; CZ: República Checa; DK: Dinamarca; DE: Alemanha; EE: Estônia; IE: Irlanda; EL: Grécia; ES: Espanha; FR: França; IT: Itália; CY: Chipre; LT: Lituânia; HU: Hungria; NL: Holanda; AT: Áustria; PL: Polónia; PT: Portugal; RO: Romênia; SI: Eslovênia; FI: Finlândia; SE: Suécia; UK: Reino Unido; NO: Noruega; TR: Turquia.

A segunda abordagem da análise das mudanças contínuas do uso *on-line* foi baseada no projeto Net Children Go Mobile, uma pesquisa repetida com as mesmas populações de pelo menos sete países. No geral, os resultados desses estudos estão de acordo com as mudanças observadas pelas comparações internacionais. Contudo, quando a análise é mais detalhada, as diferenças entre os países ficam aparentes, destacando que o processo de apropriação social da comunicação *on-line* não é linear e unidimensional. Embora o fator da inovação técnica e também as estratégias das plataformas *on-line* globais, em particular o Facebook, moldem as experiências *on-line* de crianças e adolescentes na Europa (e além), outros fatores, como indústrias locais, condições do mercado e, especialmente, o contexto social e cultural e práticas culturais estabelecidas, levam a variâncias internacionais sobre como as experiências *on-line* de jovens ocorrem.

Essa visão geral da evidência empírica sobre as mudanças nas experiências *on-line* de crianças e adolescentes mostra que temos de lidar com uma associação de diferentes processos e fatores que exigem uma combinação de diferentes métodos. Por um lado, as mudanças são moldadas pelos processos acumulados e “lentos” de apropriação da comunicação *on-line*, levando a uma faixa mais ampla de atividades e aumentando as habilidades e a resiliência. Por outro lado, existem aquelas mudanças abruptas associadas a dispositivos, serviços e aplicativos específicos, que oferecem novas oportunidades e envolvem novos riscos. Esses tipos divergentes de mudança levam a desafios substanciais para a pesquisa longitudinal, por exemplo, encontrar um meio-termo entre manter seus instrumentos constantes e incluir novos indicadores capazes de avaliar novos desenvolvimentos nesse campo.

Outro desafio metodológico é a mudança na composição das amostras da pesquisa em relação ao tempo. Particularmente nos países dos Grupos III e IV, qualquer estudo de acompanhamento referente ao uso da Internet vai usar amostras que incluam muitos “retardatários”. Como sabemos que o acesso à Internet e seu uso são consideravelmente estratificados, isso significa que as novas amostras representam diferentes partes da população total, e não das amostras anteriores. Assim, as mudanças ou estabilidades observadas com o tempo podem ser uma consequência das mudanças na população investigada.

Este artigo mostra que uma combinação da comparação entre várias culturas e da comparação no tempo pode ajudar a classificar a complexa relação entre um processo geral de apropriação social da comunicação *on-line* e as variedades específicas desse processo, pois podem ser observadas em diferentes contextos sociais e culturais.

## REFERÊNCIAS

D’HAENENS, L.; VANDONINCK, S.; DONOSO, V. *How to cope and build online resilience?* London: LSE, EU Kids Online, 2013. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/48115>>. Acesso em: 9 abr. 2015.

HELSPER, E. J. *et al. Country classification: Opportunities, risks, harm and parental mediation.* London: LSE, EU Kids Online, 2013. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/52023/>>. Acesso em: 9 abr. 2015.

LIVINGSTONE, S. *et al. With the networks of EU Kids Online and Net Children Go Mobile. Children’s online risks and opportunities: Comparative findings from EU Kids Online and Net Children Go Mobile.* Novembro, 2014. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/60513/>>. Acesso em: 9 abr. 2015.

LIVINGSTONE, S. *et al.* *Risks and safety on the Internet: The perspective of European children: Full findings*. London: LSE, EU Kids Online, 2011. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/33731/>>. Acesso em: 9 abr. 2015.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: Risks and opportunities*. 2.ed. Milano: Educatt, 2014a. Disponível em: <<http://www.netchildrengomobile.eu/reports/>>. Acesso em: 9 abr. 2015.

———. *Net Children Go Mobile: Cross-national comparisons*. Report D3.3. Milano: Educatt, 2014b. Disponível em: <<http://www.netchildrengomobile.eu/reports/>>. Acesso em: 9 abr. 2015.



# A COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA DIRECIONADA À CRIANÇA NA INTERNET E A FINALIDADE SOCIAL DA REDE

Ekaterine Karageorgiadis<sup>1</sup> e Renato Godoy de Toledo<sup>2</sup>

## INTRODUÇÃO

Este artigo tem o intuito de debater a relação entre a comunicação mercadológica<sup>3</sup> direcionada à criança, sua relação com a Internet e a finalidade social da rede.

Segundo a legislação brasileira, a publicidade direcionada à criança é abusiva<sup>4</sup> e, portanto, ilegal, e as práticas na Internet no país devem respeitar a finalidade social da rede. Mesmo assim, o Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana<sup>5</sup> observa o crescimento de um modelo

---

<sup>1</sup> Advogada dos projetos Criança e Consumo e Prioridade Absoluta do Instituto Alana. Bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo. Especialista em Direito do Consumidor pela Escola Paulista da Magistratura. Conselheira do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional.

<sup>2</sup> Pesquisador dos projetos Criança e Consumo e Prioridade Absoluta do Instituto Alana. Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo e em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero.

<sup>3</sup> Segundo a Resolução 163 do Conanda, em seu Artigo 1º, §1º, por “comunicação mercadológica” entende-se toda e qualquer atividade de comunicação comercial, inclusive publicidade, para a divulgação de produtos, serviços, marcas e empresas independentemente do suporte, da mídia ou do meio utilizado”. O §2º segue a definição: “A comunicação mercadológica abrange, dentre outras ferramentas, anúncios impressos, comerciais televisivos, spots de rádio, banners e páginas na internet, embalagens, promoções, merchandising, ações por meio de shows e apresentações e disposição dos produtos nos pontos de vendas”.

<sup>4</sup> Marques (1999, p. 346) entende por abusiva “a publicidade anti-ética, que fere a vulnerabilidade do consumidor, que fere valores sociais básicos, que fere a própria sociedade como um todo”. Para Benjamin (2007, p. 350-351), o conceito de publicidade abusiva traz em si a ideia de exploração ou opressão do consumidor, além da tutela de valores que sejam caros à sociedade como um todo, como o respeito à criança. Abusivo é o que ofende a ordem pública, não é ético e causa dano substancial aos consumidores.

<sup>5</sup> O Instituto Alana (<<http://www.alana.org.br>>) é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, que, apoiado no tripé “inovação – comunicação – advocacy”, reúne projetos que apostam na busca pela garantia de condições para a vivência plena da infância. Criado em 1994, o Instituto conta hoje com projetos próprios e desenvolvidos com parceiros e, desde 2013, é mantido pelos rendimentos de um fundo patrimonial. Tem como missão “honrar a criança”. Para divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas aos direitos da criança no âmbito das relações de consumo e perante o consumismo ao qual são expostas, assim como para apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes da comunicação mercadológica voltada ao público infantil, criou o Projeto Criança e Consumo. Por meio dele, o Instituto Alana procura disponibilizar instrumentos de apoio e informações sobre os direitos do consumidor nas relações de consumo que envolvam crianças e sobre o impacto do consumismo na sua formação, fomentando a reflexão a respeito da força da mídia, da publicidade e da comunicação mercadológica dirigidas ao público infantil na vida, nos hábitos e nos valores dessas pessoas ainda em formação.

transmidiático de publicidade direcionada a crianças que têm a Internet como centro, o que traz à tona a necessidade de se pensar em mecanismos eficazes de garantir a proteção de um importante valor social – o direito da criança – contra abusos do mercado cometidos por meio de *sites* e redes sociais.

Em abril de 2014, a publicação da Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) e do Marco Civil da Internet<sup>6</sup> reforçaram essas noções de regulação de atividades econômicas com o intuito de proteger a sociedade e evitar abusividades, seja em razão do público-alvo da mensagem (criança), seja em razão do meio pelo qual as mensagens são veiculadas (Internet). Este artigo tem como objetivo, portanto, debater os novos marcos relacionados à Internet e à publicidade, sob a luz dos dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 (CGI.br, 2014b), que, como novidade, traz um eixo sobre consumo e publicidade.

## CONTEXTO REGULATÓRIO

### RESOLUÇÃO 163 DO CONANDA

O debate em torno da regulação da publicidade direcionada às crianças ganhou força substancial em 2014. Com a Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda)<sup>7</sup>, a ilegalidade da comunicação mercadológica direcionada à criança com a intenção de persuadi-la para o consumo, prevista desde 1990 na legislação brasileira, tornou-se ainda mais forte juridicamente.

A norma foi publicada no Diário Oficial em 4 de abril de 2014, fruto de uma decisão unânime do conselho, vinculado à Secretaria Especial de Direitos Humanos da Presidência da República, de caráter deliberativo e normativo e gestado de forma paritária por 14 entidades da sociedade civil e 14 representantes de ministérios do governo federal.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014.

<sup>7</sup> O Conanda é um órgão colegiado de caráter normativo e deliberativo, vinculado à Secretaria Especial de Direitos Humanos da Presidência da República, que atua como instância máxima de formulação, deliberação e controle das políticas públicas para a infância e a adolescência na esfera federal, fiscalizando o cumprimento e a aplicação eficaz das normas do ECA. Criado pela Lei n. 8.242, de 12 de outubro de 1991, possui, especificamente, a competência de “elaborar as normas gerais da política nacional de atendimento dos direitos da criança e do adolescente, fiscalizando as ações de execução”, ressaltando, assim, sua função de controle de todo o Sistema de Garantias dos Direitos da Criança e do Adolescente no Brasil, do qual fazem parte toda a sociedade e todas as instituições do Estado.

<sup>8</sup> À época da aprovação, participaram como conselheiros da sociedade civil, dentre titulares e suplentes: Pastoral da Criança, Pastoral do Menor, Inspetoria São João Bosco (Salesianos), Federação Nacional das Apaes, União Brasileira de Educação e Ensino (UBEE – Marista), Conselho Federal de Psicologia (CFP): Esther Maria de Magalhães Arantes, Associação Brasileira de Magistrados, Promotores e Defensores Públicos da Infância e da Juventude (ABMP), Aldeias Infantis SOS Brasil, Confederação Nacional de Trabalhadores na Agricultura (Contag), Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua (MNMRR), Criança Segura, Conselho Federal de Serviço Social (CFESS), Centro de Educação e Cultura Popular (Cecup), Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Federação Brasileira das Associações Cristã de Moços (ACM), Sociedade Literária e Caritativa Santo Agostinho, Movimento Nacional de Direitos Humanos (MNDH), Central Única dos Trabalhadores (CUT), Instituto Alana, Federação Nacional dos Empregados em Instituições Beneficentes, Religiosas e Filantrópicas (Fenatibref), Associação Nacional dos Centros de Defesa da Criança e do Adolescente (Anced), Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP), Federação Nacional das Associações para Valorização de Pessoas com Deficiência (Fenavape), Fundação Fé e Alegria do Brasil, Fundação Abrinq: Denise Maria Cesário, Conselho Latino Americano de Igrejas, Movimento de Reintegração das Pessoas Atingidas pela Hanseníase (Morhan), Escoteiros do Brasil: David Marcial Ortolan.

O princípio da resolução se baseia em normas já previstas em diplomas jurídicos brasileiros em vigor, quais sejam: o Artigo 227 da Constituição Federal de 1988, que prevê a prioridade absoluta dos direitos da criança<sup>9</sup>; o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA)<sup>10</sup>, que assegura a doutrina do melhor interesse da criança; o Código de Defesa do Consumidor (CDC)<sup>11</sup>, que, desde sua promulgação, em 1990, determina a ilegalidade da publicidade abusiva que “se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança”, conforme previsto em seu Artigo 37, §2º.

Em seu Artigo 2º, a resolução define com detalhes que a publicidade abusiva é aquela que persuade a criança para a compra de qualquer tipo de produto ou serviço, dando critérios de interpretação do previsto no Código de Defesa do Consumidor aos aplicadores da norma, como Procon, Ministério Público, Defensoria Pública e Ministério da Justiça, diante da análise de um caso concreto de ilegalidade.

Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

- I. Linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;
- II. Trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;
- III. Representação de criança;
- IV. Pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;
- V. Personagens ou apresentadores infantis;
- VI. Desenho animado ou de animação;
- VII. Bonecos ou similares;
- VIII. Promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e
- IX. Promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

A publicação da norma foi amplamente divulgada pelos meios de comunicação e alvo de intenso debate entre a sociedade civil e parte do mercado publicitário e anunciante, que se apressou em manifestar sua oposição a qualquer restrição de veiculação de publicidade. Logo de sua publicação, associações do mercado publicitário, editorial e radiodifusor divulgaram nota<sup>12</sup> em que se colocavam como defensoras do Estado Democrático de Direito, favoráveis à competência exclusiva do Legislativo para tratar de normas para a publicidade, e tentavam deslegitimar a atuação do Conselho Nacional.

<sup>9</sup> Art. 227, da Constituição Federal [grifo nosso]: “É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.”

<sup>10</sup> Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990.

<sup>11</sup> Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/22580-nota-publica-publicidade-infantil>>. Acesso em: 8 mar. 2015.

O debate nacional gerado pela Resolução 163 ganhou ainda mais notoriedade quando o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas (Inep) escolheu a publicidade infantil como tema da redação do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), em 2014, com mais de 8 milhões de alunos inscritos.<sup>13</sup>

### MARCO CIVIL DA INTERNET

Concomitantemente ao processo que culminou na Resolução 163 do Conanda, a sociedade civil brasileira logrou um avanço importante nas políticas públicas de comunicação, com a sanção presidencial da Lei nº 12.965, conhecida como Marco Civil da Internet, no dia 23 de abril de 2014.

O processo de elaboração do Marco Civil iniciou-se em 2009, após consulta pública formulada em parceria entre a Secretaria de Assuntos Legislativos do Ministério da Justiça e o Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas no Rio de Janeiro.

Durante a primeira fase dos debates, entre 29 de outubro e 17 de dezembro de 2009, foram mais de 800 contribuições, entre comentários, *e-mails* e referências propositivas em *sites*.

A partir dos debates e sugestões da primeira fase e em busca de uma melhor sistematização do texto da lei, o anteprojeto adotou de forma inovadora uma plataforma de participação da sociedade civil organizada, de representantes das áreas técnica e acadêmica, da comunidade empresarial e de cidadãos comuns interessados no tema.

Após 29 tentativas de votação, em meio a intenso debate entre representantes do setor de telecomunicação, governo e sociedade, finalmente, em 25 de março de 2014, o Projeto de Lei nº 2.126, de 2011, foi aprovado na Câmara dos Deputados e, no dia seguinte, enviado para o Senado Federal, passando a tramitar sob o número PLC 21, de 2014.

O Marco Civil da Internet foi apreciado simultaneamente pelas comissões de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT); de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA); e de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ).

Enfim, no dia 23 de abril, o Marco Civil foi sancionado pela presidente da República durante o evento NETMundial. O texto final traz importantes mecanismos de defesa dos direitos dos usuários perante abusividades do mercado.

O texto final, sancionado pela presidência da República, permite, de forma combinada com os demais diplomas jurídicos brasileiros, a interpretação de que a publicidade direcionada à criança é incompatível com a finalidade social da rede, prevista no Artigo 2º, inciso VI. A lei também prevê o respeito aos “direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais” (Artigo 2º, II), bem como a “aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet” (Artigo 7º, III).

Tanto a Resolução 163 do Conanda quanto o Marco Civil, cujas publicações distam apenas 19 dias, ainda que de modos distintos, têm a participação da sociedade civil como um fator determinante. A vigência de ambas as normas, além de fortalecer a noção constitucional da

<sup>13</sup> Disponível em: <[http://download.inep.gov.br/educacao\\_basica/enem/provas/2014/CAD\\_ENEM\\_2014\\_DIA\\_2\\_08\\_ROSA.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_basica/enem/provas/2014/CAD_ENEM_2014_DIA_2_08_ROSA.pdf)>. Acesso em: 15 mar. 2015.

sociedade como agente promotor de políticas públicas, por meio de mecanismos de consulta e de conselhos de direitos, fortalece a regulação de práticas comerciais, com o intuito de sopesar direitos e coibir abusividades do poder econômico sobre os cidadãos.

Mesmo assim, e de forma contrária à prioridade absoluta de crianças, a Internet tem sido utilizada por empresas para direcionar seus produtos a crianças, com a intenção de persuadi-las para consumo – desrespeitando, além dos direitos da criança, a finalidade social dessa rede.

## EXEMPLOS

O Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana recebe denúncias de campanhas de empresas que se utilizam de uma narrativa transmidiática, tendo a Internet como eixo para direcionar publicidade a crianças com a intenção de persuadi-las para o consumo.

## CRIANÇA E PUBLICIDADE EM 2013: CENÁRIO ATUAL

Para esclarecer a importância da Internet no cotidiano das crianças brasileiras, vale trazer ao debate dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 (CGI.br, 2014b), que incluiu pela primeira vez questões sobre publicidade e consumo.

Em 2013, a pesquisa TIC Domicílios apontou que 75% das crianças e adolescentes brasileiros, entre 10 e 15 anos, são usuários de Internet (CGI.br, 2014a). Entre as crianças e adolescentes usuários de Internet<sup>14</sup> ouvidos pela pesquisa TIC Kids Online Brasil, 61% afirmam ter visto publicidade em redes sociais. Há também um indicador sobre a interação desse universo de usuários com a publicidade: entre aqueles que possuem perfil em redes sociais, 57% dizem já ter curtido uma publicidade na plataforma, 36% dizem ter compartilhado, 21%, descurtido e 20% declaram ter bloqueado um anúncio.

No entanto, em vez de auxiliar na proteção das crianças, as empresas aproveitam o interesse delas por conhecimento, entretenimento e tecnologia para anunciar seus serviços/produtos por meio de *sites* que, à primeira vista, só parecem ter objetivo lúdico ou educacional. Cada vez mais, surgem portais infantis na Internet lançados por empresas do mercado infantil, para, supostamente, por meio de conteúdo educacional e de entretenimento, veicularem mensagens comerciais. Dessa forma, produtos alimentícios e brinquedos, por exemplo, são apresentados em meio a jogos, atividades e vídeos de *sites* infantis, na forma de “*advergames*”, disfarçando seu propósito mercadológico e marcando na memória das crianças a imagem e o nome da marca associados a conteúdos positivos.

---

<sup>14</sup> Para perguntas relacionadas ao tema publicidade e consumo foram entrevistadas crianças e adolescentes com idades entre 11 e 17 anos.

De modo geral, além da fidelização da criança à marca, há intenção de que a criança funcione como uma espécie de promotora de vendas dos produtos das empresas, seja perante seus pares ou seus responsáveis. Nesse sentido, Yves de La Taille<sup>15</sup> expõe:

Se problema moral há com a manipulação, esse não se resume ao fato de ela existir em variadas relações sociais. O problema moral ocorre quando o beneficiário da manipulação é o manipulador, e não a pessoa manipulada. [...] pode ocorrer de a manipulação ser feita com objetivo de instrumentalizar outrem para benefício de quem manipula. Por exemplo, se alguém procura convencer outra pessoa de que seu interesse está em fazer tal ou tal coisa, quando, na verdade, tal interesse inexistente, sendo que o convencimento alheio trará proveito para quem procura inculcar-lhe certas ideias, temos uma transgressão moral.

Dois exemplos recentes de campanhas publicitárias de materiais escolares ilustram o uso da Internet como veículo de contato das crianças com mensagens publicitárias diretamente a elas direcionadas.

### TILIBRA SELFIE

A campanha Tilibra Selfie<sup>16</sup> acompanha a tendência do mercado brasileiro, que vive vertiginoso crescimento do uso de celulares para acesso de Internet. A série histórica TIC Kids Online Brasil apresenta essa evolução: em 2012, 21% das crianças e dos adolescentes usuários da rede diziam navegar na Internet por um celular; em 2013, esse percentual saltou para 53%, sendo superado apenas pelo acesso por meio do computador de mesa/desktop (71%).

A campanha da empresa produtora de material escolar é direcionada a crianças e está disponível em lojas *on-line* de aplicativos para celulares e no Facebook – o que sugere a criação de perfis com datas de nascimento falsas, em razão da idade mínima de 13 anos para ingresso na rede social. Essa plataforma permite a crianças escolherem fotos e produzirem montagens com personagens do universo infantil, como *Chaves*, integrante do seriado mexicano, *Tinker Bell* e *Monster High*.

Esses personagens, por sua vez, também são encontrados em capas de cadernos e agendas da própria marca. O aplicativo Tilibra Selfie permite ao usuário postar fotos no Facebook “ao lado de seus personagens favoritos”, conforme anuncia a campanha do aplicativo no Youtube.<sup>17</sup>

Pelo aplicativo, a criança pode tirar foto e instantaneamente anexar uma imagem do personagem de sua escolha.

Se há casos em que definir com qual público a publicidade dialoga requer uma dose de subjetividade, nesse não há qualquer dúvida: a marca oferece ao público infantil a proximidade com “seus personagens favoritos”, em claro desacordo com o ordenamento jurídico brasileiro.

<sup>15</sup> TAILLE, Yves de La. Parecer sobre PL 5921/2001 a pedido do Conselho Federal de Psicologia, “A publicidade dirigida ao público infantil – considerações psicológicas”. Disponível em: <[http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/10/cartilha\\_publicidade\\_infantil.pdf](http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/10/cartilha_publicidade_infantil.pdf)>. Acesso em: 7 mar. 2015.

<sup>16</sup> Disponível em: <[https://www.facebook.com/tilibra/app\\_713484552053205](https://www.facebook.com/tilibra/app_713484552053205)>. Acesso em: 6 mar. 2015.

<sup>17</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QSAmPbBNral>>. Acesso em: 8 mar. 2015.

## DESAFIO FORONI

Outra marca de produtos escolares, a Foroni, concorrente da Tilibra, apresentou uma campanha de volta às aulas baseada na convocação de crianças a realizarem vídeos semelhantes ao da campanha da marca<sup>18</sup> no interior de suas escolas.

A publicidade com o *jingle* da Foroni foi veiculada na Internet e também em canais infantis, sobretudo no período de volta às aulas, no primeiro bimestre de 2015.

O *site* da campanha utiliza imperativos para que as crianças participem da promoção: “Assista ao novo filme comercial da Foroni e baixe a música. [...] Convide os alunos da sua escola a fazerem um vídeo inspirado neste filme, com a mesma música. [...] Preencha o cadastro e mande o vídeo da sua escola.”.

Nessa campanha, além do incentivo a crianças realizarem vídeos reproduzindo o *jingle* e os logos da marca, há um chamado da marca para que os estudantes mobilizem a direção da escola para participar da promoção. A escola do vídeo vencedor recebe um *notebook*, um projetor e mil cadernos da marca Foroni. Já o aluno responsável pelo vídeo pode ganhar uma viagem para Orlando ou para o Canadá.

Mais uma vez, não resta dúvida quanto a intenção da marca de fixar seus produtos no imaginário da criança. Nesse caso, não apenas como receptora de uma mensagem mercadológica, mas como agente dessa própria marca.

Ainda há o agravante de a marca sugerir uma atividade, com conteúdo lúdico e de sociabilidade, que seja realizada no interior da escola, tendo como mediadora principal a própria marca, com seus *jingles* e produtos.

A marca incentiva abertamente a postura da criança como promotora de vendas e chega a organizar encontro de “*Youtubers mirins*”<sup>19</sup>, fenômeno que tem sido observado nesse *site* de compartilhamento de vídeos, com o patrocínio de marcas que dialogam com o universo infantil.

A mais popular das “*Youtubers mirins*”<sup>20</sup>, por exemplo, possui 281.136 inscritos e 106.603.132 visualizações desde agosto de 2007. A protagonista do canal participa de campanhas da marca Foroni.

## CONCLUSÕES

As estratégias de comunicação transmidiáticas apresentadas aqui, tendo a Internet como centro irradiador de comunicação mercadológica, ferem tanto o direito da criança à proteção integral com prioridade absoluta, quanto a finalidade social da rede.

Chamam especial atenção pelo uso de personagens conhecidos do universo infantil como principal chamariz para as crianças participarem da campanha publicitária promovida pelas

<sup>18</sup> Disponível em: <<http://www.desafioforoni.com.br/>>. Acesso em: 06 mar. 2015.

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/clubeforoni1/photos/a.894853120535570.1073741833.623819984305553/894853930535489/>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

<sup>20</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/paulaloma29>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

marcas; o caráter de sociabilização conferido pelas estratégias publicitárias, em razão do compartilhamento da mensagem publicitária em redes sociais; e a repercussão das ações iniciadas no ambiente virtual para dentro do espaço escolar.

Há autores do campo do *marketing* que, inclusive, defendem o uso de marcas e personagens associados a produtos no interior de escolas, como forma de manter a criança mais tempo exposta a estímulos mercadológicos.

Nicolas Montigneaux, em seu livro *Público-alvo: crianças*, destaca a importância desse espaço e ainda sugere que as empresas o façam de forma cautelosa, para que a ação não se assemelhe à publicidade.

Os estabelecimentos escolares são o lugar ideal para as operações de comunicação dirigidas para os jovens consumidores. A atenção das crianças é sustentada e o ambiente permite fazer passar um discurso sobre qualidade. Por razões éticas ou legais, as marcas devem interditar a prática de publicidade no sentido clássico do termo, e devem fazer suas investidas com um verdadeiro conteúdo pedagógico (2005, p.236).

Segundo o autor, esse *marketing* poderia ser travestido sob a forma de “ação pedagógica” (distribuição de materiais, por exemplo) ou de “ações comerciais” (distribuição de amostras ou brindes).

Aliás, a publicidade no interior das escolas foi um dos grandes subtemas oriundos da discussão em torno da Resolução 163 do Conanda, o que gerou a Nota Técnica nº 21/2014/CGDH do Ministério da Educação (MEC)<sup>21</sup>, orientando as escolas a coibir esse tipo de prática. O Ministério Público Federal, por meio da Procuradoria Regional dos Direitos do Cidadão de São Paulo, emitiu as Recomendações n. 66 e 67 de 2014 sobre ações publicitárias em escolas<sup>22</sup>, bem como o Ministério Público do Estado de São Paulo, em março de 2015, formulou nota técnica acerca do tema.<sup>23</sup>

O protagonismo da sociedade civil em formulações de normas, como ocorre nos casos da Resolução 163 e do Marco Civil, é parte de um processo de fortalecimento de uma cultura política participativa. O cientista político Leonardo Avritzer aponta que, no século XX o país passou de uma postura de baixa propensão ao associativismo para tornar-se um dos países com maior número de práticas participativas no mundo.<sup>24</sup>

Tanto a Resolução 163, do Conanda, quanto o Marco Civil da Internet são normas que visam à proteção do cidadão ante a eventuais abusividades do mercado e construídas a partir de arranjos participativos.<sup>25</sup>

<sup>21</sup> Disponível em: <<http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/06/NotaTecnicaMEC.pdf>>. Acesso em: 09 mar. 2015.

<sup>22</sup> Disponível em: <<http://criancaeconsumo.org.br/noticias/ronald-mcdonald-nao-deve-mais-fazer-shows-em-instituicoes-de-ensino-paulistas/>>. Acesso em: 15 mar. 2015.

<sup>23</sup> Disponível em: <<http://criancaeconsumo.org.br/noticias/ministerio-publico-apresenta-nota-tecnica-sobre-publicidade-em-escolas/>>. Acesso em: 16 mar. 2015.

<sup>24</sup> Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762008000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762008000100002&script=sci_arttext)>. Acesso em: 13 mar. 2015.

<sup>25</sup> Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762008000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762008000100002&script=sci_arttext)>. Acesso em: 13 mar. 2015.

Ainda, ao insistir nessa prática abusiva, empresas priorizam o lucro em detrimento do reconhecimento do papel da sociedade civil como agente político. Portanto, em relação à publicidade infantil na Internet, como previsto no Artigo 227 da Constituição Federal, ao Estado, à família e à sociedade, incluídas aí as empresas, cada qual dentro de seu âmbito de atuação – que envolve a difusão de seus conteúdos, o efetivo cumprimento das normas, sua fiscalização e punição de abusividades e a efetiva ação social –, cabe prezar pela vigência da prioridade absoluta das crianças ante os estímulos mercadológicos na rede.

## REFERÊNCIAS

BENJAMIN, A. H. de V. e. Das práticas comerciais. In: GRINOVER, A. P. et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 251-503.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil - 1988*. Brasília, DF: Senado, 1988.

\_\_\_\_\_. *Estatuto da Criança e do Adolescente*. Lei Federal nº 8069, de 13 de julho de 1990. Brasília, DF: Senado, 1990.

\_\_\_\_\_. *Código de Defesa do Consumidor*. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Brasília: Diário Oficial da União, 1990.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes – TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação no Brasil – TIC Domicílios e Empresas 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014a.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes TIC Kids Online Brasil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014b.

JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

MARQUES, C. L. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

MONTIGNEAUX, N. *Público-alvo: crianças*. São Paulo: Campus, 2005.



## USOS E APROPRIAÇÕES DA INTERNET POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES: ANÁLISE COMPARATIVA DAS DUAS ONDAS DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL

Jane A. Marques<sup>1</sup>

Este artigo tem por objetivo analisar comparativamente os resultados obtidos nas diferentes coletas de dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil, realizadas em 2012 e 2013 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br, 2013a; 2014a). A referida pesquisa teve por objetivo “medir usos e hábitos da população brasileira usuária de Internet de 9 a 16<sup>2</sup> anos em relação às tecnologias de informação e de comunicação (TIC), focando as oportunidades e riscos relacionados ao uso da Internet”.

Na primeira onda, foram realizadas entrevistas em 1.580 domicílios e, na segunda, em 2.261. Por meio de entrevistas pessoais com crianças/adolescentes usuários de Internet e seus respectivos pais/responsáveis, foi aplicado um questionário estruturado, baseado no modelo europeu e adaptado à realidade brasileira.

---

<sup>1</sup> Mestre e doutora em Ciências da Comunicação e Livre Docente em Comunicação e Marketing pela Universidade de São Paulo (USP). Professora do curso de Pós-Graduação em Estética e História da Arte e do curso de Graduação em Marketing, ambos da USP. Professora convidada da Universidade Federal do Pará (UFPA), compondo o quadro permanente do seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia.

<sup>2</sup> É importante ressaltar que em 2013 a TIC Kids Online Brasil passou a incluir em sua amostra adolescentes de 17 anos de idade.

A partir dos dados extraídos das tabelas dessas duas ondas da pesquisa, que permitem várias possibilidades de análise, optou-se por comparar os resultados que explicam o perfil das crianças e dos adolescentes entrevistados, considerando-se, quando possível, alguns cruzamentos (por exemplo, classe social, faixa etária e renda familiar), como feito com os dados da primeira coleta (MARQUES, 2013), com o objetivo de verificar se houve variação em termos de usos e apropriações da Internet por esse público.

De acordo com dados publicados pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), o acesso à Internet nas residências, no Brasil, tem aumentado nos últimos anos. Enquanto, em 2011, 49% dos domicílios tinham acesso à rede, esse número aumentou para 51% em 2013 (CGI.br, 2013b; 2014b). As pessoas mais jovens (entre 10 e 15 anos), no entanto, estão muito acima da média, pois 70% das crianças/adolescentes nessa faixa etária já eram usuários da rede em 2012, e esse número sobe para 75% em 2013 (CGI.br, 2013b; 2014b).

Pela pesquisa TIC Domicílios (CGI.br, 2012; 2014b), pode-se notar que dentre os adolescentes de menor idade está a maior proporção de usuários de Internet em comparação a todas as faixas etárias, inclusive entre os mais jovens (de 10 a 15 anos): de 2011 para 2013, a proporção de usuários de Internet nessa faixa aumentou de 68% para 75% (Tabela 1), sendo que estes passaram a ter maior frequência de uso da rede mundial (Tabela 2).

TABELA 1  
PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DE INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA

Faixa etária	% Uso de Internet	
	2011	2013
10 a 15 anos	68	75
16 a 24 anos	72	77
25 a 34 anos	56	66
35 a 44 anos	44	47
45 a 59 anos	26	33
60 anos ou mais	9	11

Ao comparar a frequência de uso da Internet (Tabela 2) entre os entrevistados, nota-se que houve ligeiro acréscimo, da primeira para a segunda onda da pesquisa, dos que acessam a Internet pelo menos uma ou duas vezes por semana, totalizando 85% e 90%, em 2012 e 2013, respectivamente. Em 2013, esses valores são ainda mais significativos entre os respondentes de classes socioeconômicas mais altas, pois praticamente a totalidade (98%) dos pertencentes às classes AB mencionaram utilizar a Internet pelo menos uma ou duas vezes por semana, enquanto os inclusos nas classes DE representam 66% em relação a esse tempo de utilização.

Os resultados indicam, também, que o uso de Internet aumenta em razão da idade dos entrevistados, pelo menos entre os que acessam a Internet todos os dias, pois, assim como acontecia em 2012, em 2013 foram observados percentuais maiores à medida que aumenta a faixa etária dos respondentes: os de 9 a 10 anos representavam 36% e passaram a 49%; os de 11 e 12 anos subiram de 43% para 50%; os de 13 e 14 anos saíram de 53% para 65%; e os de 15 a 17 anos cresceram de 56% para 74%.

TABELA 2  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET,  
SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL

Frequência	Geral %		Faixa etária (%)								Classe social (%)					
			9-10 anos		11-12 anos		13-14 anos		15-17 anos(*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Todos os dias ou quase todos os dias	47	63	36	49	43	50	53	65	56	74	66	77	45	62	17	32
Uma ou duas vezes por semana	38	27	45	42	41	39	34	22	32	18	29	21	39	30	53	34
Uma ou duas vezes por mês	10	8	12	7	12	8	9	11	8	6	3	1	10	6	24	27
Menos de uma vez por mês	5	2	7	2	4	3	4	2	4	2	1	1	6	2	7	7
Não sabe	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(\*) A pesquisa de 2012 não entrevistou usuários de Internet de 17 anos.

Nota-se que as crianças estão mais precoces no que diz respeito ao acesso à Internet (Tabela 3), o que já se mostrava uma prática entre os mais jovens na primeira onda da pesquisa. Entre crianças e adolescentes de 9 a 10 anos de idade, pode-se observar que uma porção significativa declara ter acessado a rede pela primeira vez durante a fase da alfabetização (entre 6 e 7 anos): os percentuais aumentaram de 35% para 37% de 2012 para 2013. Esses valores ficam ainda mais significativos quando comparados com os adolescentes de mais idade (15-17 anos) que declararam ter acessado a Internet pela primeira vez durante essa fase. Esses resultados, que já eram ínfimos, baixaram de 7% para 6%, da coleta de dados de 2012 para a de 2013. O fato é que as crianças estão navegando na rede mundial precocemente e essa constatação pode ser corroborada entre os respondentes de mais idade (15-17 anos), que mencionaram ter acessado a Internet com 11 anos ou mais, perfazendo 56% e 60%, em 2012 e 2013, respectivamente.

TABELA 3  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR IDADE DO PRIMEIRO ACESSO À INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA

Idade	Geral %		Faixa etária (%)							
			9-10 anos		11-12 anos		13-14 anos		15-17 anos(*)	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Até 6 anos	9	8	14	23	12	6	5	5	5	4
7 anos	8	7	21	14	8	11	4	9	2	2
8 anos	13	12	23	27	13	15	11	10	6	5
9 anos	14	10	24	23	17	15	11	7	7	4
10 anos	19	17	9	7	24	27	22	20	18	15
11 anos	9	11	0	0	13	16	16	15	7	11
12 anos	10	9	0	0	8	5	12	17	17	11
Mais de 12 anos	12	18	0	0	0	0	11	11	32	38
Não lembra	7	8	9	6	5	5	7	5	5	10

(\*) A pesquisa de 2012 não entrevistou usuários de Internet de 17 anos.

Os locais mais comuns para crianças e adolescentes acessarem a Internet estão associados a sua residência ou de algum familiar (Tabela 4): na sala da casa (68%), no quarto da criança ou em outro quarto privativo da casa (57%) e na casa de parentes (54%). Nota-se que esses números aumentaram em relação à primeira onda da pesquisa, quando foram citados por 40%, 26% e 38% dos jovens, respectivamente. Esses resultados também são maiores entre os usuários das classes socioeconômicas mais altas (AB), com 83% na última onda, em relação a 61% em 2012, quando se referiam ao uso na sala da residência; 74% no quarto (38%, em 2012); e 65% na casa de parentes (45%, em 2012).

Em todas as faixas de renda e/ou classes sociais houve uma pequena queda no acesso à Internet na escola, que tinha 42% em 2012 e passou para 37% em 2013, e em *lanhouses/cybercafés*, citados por 35% em 2012 e por 22% em 2013. O acesso à Internet em bibliotecas, telecentros ou em outro local público, no entanto, aumentou de 5% para 7%, da primeira onda da pesquisa (2012) para a segunda onda (2013), principalmente entre os jovens de classes sociais AB, cuja proporção variou de 2% para 12%, indicando que esses locais estão provendo mais acesso à rede aos usuários.

TABELA 4  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET,  
SEGUNDO RENDA FAMILIAR E CLASSE SOCIAL

Local de acesso	Geral %		Renda familiar (%)								Classe social (%)					
			Até 1SM		Mais de 1SM até 2SM		Mais de 2SM até 3SM		Mais de 3SM		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Sala da casa (ou outro ambiente coletivo)	40	68	20	46	28	62	48	71	63	85	61	83	36	67	12	42
Quarto da criança (ou outro quarto da casa)	26	57	13	48	22	43	28	56	39	75	38	74	25	50	10	42
Casa de parentes	38	54	31	36	37	53	40	53	45	65	45	65	38	52	23	37
Casa de amigos	34	45	27	35	35	33	31	48	38	61	36	59	34	39	26	37
Escola	42	37	41	36	36	31	43	39	51	44	49	39	39	37	39	32
Na rua pelo celular	18	35	12	30	14	23	17	36	23	46	20	41	18	33	11	28
Lanhouse ou cybercafé	35	22	53	29	40	25	29	23	18	17	15	18	39	21	57	35
Biblioteca pública, telecentro ou outro local público	5	7	6	4	5	5	3	7	8	11	2	12	6	5	6	5
Outros	-	1	-	1	-	0	-	2	-	1	-	1	-	1	-	0

O tempo despendido na Internet nos dias de semana também merece destaque (Tabela 5), pois há menos citações dos que acessam por até 1 hora por dia (54% em 2012 e 44% em 2013). O fato é que esses usuários estão passando mais tempo na Internet, principalmente os de mais idade (a partir dos 15 anos): em 2012, 14% dos usuários de Internet nessa faixa etária acessavam a Internet por mais de 4 horas e, na coleta de dados de 2013, passaram a 20%, o que permite inferir que possuem maior poder de decisão na distribuição de seu tempo ao longo do dia e/ou que são menos controlados por seus pais ou responsáveis.

É interessante observar também que o tempo que as crianças e os adolescentes de classe C navegam na rede está se equiparando ao dos de classes AB, o que os aproxima em termos de usos e apropriações da Internet. Por exemplo, os jovens usuários de Internet pertencentes à classe C que utilizam por mais de 2 horas por dia representam 35% na última coleta de dados (em 2013) e antes somavam 21%; a proporção entre os de classes AB quase não sofreu alteração (de 32% em 2012 para 33% em 2013). Pode-se deduzir que, se o uso na residência do internauta e de seus parentes aumentou (Tabela 4), provavelmente, há mais possibilidades de esses usuários despendem mais tempo na rede mundial.

TABELA 5  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TEMPO DESPENDIDO NA INTERNET  
EM UM DIA DE SEMANA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL

Tempo	Geral %		Faixa etária (%)								Classe social (%)					
			9-10 anos		11-12 anos		13-14 anos		15-17 anos(*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Até 1 hora	54	44	71	65	56	49	48	41	41	32	43	39	54	40	70	61
De 1 hora e meia a 2 horas	20	21	14	18	25	25	20	27	21	20	22	25	20	21	15	17
De 2 horas e meia a 3 horas	9	15	7	6	7	12	9	13	14	20	11	13	10	17	2	5
De 3 horas e meia a 4 horas	4	6	2	4	2	4	6	6	7	7	7	7	4	6	1	2
Mais de 4 horas	8	12	1	3	5	6	12	11	14	20	14	13	7	12	3	9
Nenhuma das alternativas	3	3	4	5	3	4	3	2	3	2	2	1	4	3	4	5
Não sabe	1	0	2	0	2	0	1	0	1	0	0	0	1	0	4	0

(\*) A pesquisa de 2012 não entrevistou usuários de Internet de 17 anos.

Nos finais de semana, nota-se que há uma pequena queda, de 2012 para 2013, entre os que ficam pouco tempo (até 1 hora) conectados (Tabela 6). Essa informação pode ser confirmada com os que costumam acessar a Internet por mais de 2 horas aos finais de semana, que aumentaram de 35% para 42% de 2012 para 2013.

O percentual de respondentes de classes mais baixas (C e DE) que ficam mais de 2 horas navegando na rede aos finais de semana foi o que mais aumentou na última onda da pesquisa: de 32% para 46% entre os de classe C; e os de classes DE saíram de 10% para 23%. Esses resultados sugerem que os de menor poder aquisitivo podem não ter outras opções de entretenimento e lazer nos finais de semana.

TABELA 6  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TEMPO DESPENDIDO NA INTERNET  
EM UM FINAL DE SEMANA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL

Tempo	Geral %		Faixa etária (%)								Classe social (%)					
			9-10 anos		11-12 anos		13-14 anos		15-17 anos(*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Até 1 hora	30	27	44	46	28	31	27	20	23	20	23	20	31	26	40	43
De 1 hora e meia a 2 horas	22	21	16	21	26	22	26	30	20	16	20	26	23	20	25	16
De 2 horas e meia a 3 horas	11	11	8	11	13	10	10	13	12	10	13	12	11	11	4	7
De 3 horas e meia a 4 horas	8	12	7	7	6	10	8	6	7	18	10	12	7	15	2	2
Mais de 4 horas	16	19	6	8	12	14	17	20	26	26	26	21	14	20	4	14
Nenhuma das alternativas	12	10	17	8	12	13	9	10	11	9	7	8	13	9	20	16
Não sabe	2	0	1	0	3	0	1	0	1	1	1	1	1	0	5	0

(\*) A pesquisa de 2012 não entrevistou usuários de Internet de 17 anos.

Comparando o tempo despendido pelos entrevistados no acesso à Internet, fica ainda mais evidente o aumento de horas que estes ficam conectados à rede mundial, tanto nos dias de semana quanto aos finais de semana (Tabela 7), com pequeno acréscimo durante os finais de semana. Durante a semana, no entanto, o incremento foi de 12 pontos percentuais, considerando os que acessam a Internet por mais de 2 horas (em 2012, era 21% e passou para 33% em 2013), enquanto, aos finais de semana, o aumento foi de apenas 7 pontos percentuais (35% em 2012 para 42% em 2013).

TABELA 7  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TEMPO DESPENDIDO NA INTERNET  
EM UM DIA DE SEMANA E NO FINAL DE SEMANA

Tempo	Dias de semana %		Finais de semana %	
	2012	2013	2012	2013
Até 1 hora	54	44	30	27
De 1 hora e meia a 2 horas	20	21	22	21
De 2 horas e meia a 3 horas	9	15	11	11
De 3 horas e meia a 4 horas	4	6	8	12
Mais de 4 horas	8	12	16	19
Nenhuma das alternativas	3	3	12	10
Não sabe	1	0	2	0

A segunda onda da pesquisa (2013) apontou que, entre os jovens usuários de Internet que possuem perfil próprio em redes sociais<sup>3</sup>, 92% declararam possuir apenas um perfil, e 8% mais de um perfil, enquanto, em 2012, apenas 73% tinham um perfil em *site* de rede social e 27% mantinham mais de um perfil (Tabela 8). É interessante observar que houve aumento de redes sociais de 2012 para 2013, pois, na primeira onda da pesquisa, destacavam-se apenas o Facebook e o Orkut.

O Facebook continua sendo a rede social que concentra maior participação das crianças e dos adolescentes usuários da rede (de 61% em 2012 para 83% em 2013), pois mesmo os mais jovens (de 9 a 10 anos) têm ao menos um perfil nessa rede (de 46% em 2012 para 62% em 2013), apesar de a idade não ser considerada adequada para esse tipo de interação social. Mas, conforme aumenta a idade dos respondentes, seu percentual também aumenta, atingindo 94% entre os adolescentes de 15 a 17 anos em 2013; esse valor era 72% em 2012.

Ressalta-se que, enquanto o Orkut perdeu usuários (de 39% em 2012 para 15% em 2013), outros *sites* de redes sociais, como Google+ (37%) e Instagram (16%) são mencionados por jovens. Esses dois últimos são mais comuns entre os adolescentes de mais idade: 40% e 19% entre os jovens de 13 a 14 anos e 39% e 25% entre os de 15 a 17 anos para o Google+ e o Instagram, respectivamente. Entre os respondentes de classes sociais mais elevadas (AB), há incidência de 41% de usuários que citaram o Google+ e 27% dos usuários que utilizam o Instagram.

<sup>3</sup> Considerando-se a rede social de uso principal da criança/adolescente.

TABELA 8  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR REDE SOCIAL UTILIZADA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL

Rede social	Geral %		Faixa etária (%)								Classe social (%)					
			9-10 anos		11-12 anos		13-14 anos		15-17 anos(*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Facebook	61	83	46	62	49	79	67	86	72	94	76	91	57	83	36	70
Google+	-	37	-	27	-	39	1	40	-	39	-	41	-	37	-	28
Instagram	-	16	-	3	-	7	-	19	-	25	-	27	-	13	-	4
Orkut	39	15	54	9	51	13	32	14	28	18	24	20	42	13	64	9
Outra	-	5	-	1	-	2	-	8	-	6	-	10	-	3	-	0
Não sabe	-	0	-	1	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0
Não usa redes sociais	-	13	-	29	-	16	-	12	-	5	-	6	-	13	-	27

(\*) A pesquisa de 2012 não entrevistou usuários de Internet de 17 anos.

Em termos do número de contatos que jovens usuários de Internet<sup>4</sup> declararam manter nas redes sociais (Tabela 9), houve pequeno acréscimo, de 2012 (50%) para 2013 (57%), de crianças/adolescentes que têm mais de 100 contatos. É interessante notar que esse número aumenta com relação à faixa etária (de 13 a 14 anos e de 15 a 17 anos, 66% cada).

TABELA 9  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM NO PERFIL DA REDE SOCIAL, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL

Rede social	Geral %		Faixa etária (%)								Classe social (%)					
			9-10 anos		11-12 anos		13-14 anos		15-17 anos(*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Até 10	6	5	12	8	8	6	5	7	2	4	4	9	6	4	8	4
11-50	21	19	51	29	28	27	16	11	8	17	21	15	20	23	29	14
51-100	22	16	23	33	25	21	23	13	17	11	17	17	24	15	19	17
101-300	29	28	9	22	28	25	32	30	36	31	34	23	26	29	28	41
Mais de 300	21	29	4	4	10	17	24	36	36	35	23	34	22	27	15	20
Não sabe/Não lembra	1	3	0	4	1	4	1	2	2	2	1	3	2	2	1	3

(\*) A pesquisa de 2012 não entrevistou usuários de Internet de 17 anos.

<sup>4</sup> Considerando-se os usuários de Internet de 9 e 17 anos que possuem o próprio perfil na rede social de maior uso.

Pode-se afirmar que jovens usuários de Internet manifestam pouca preocupação com quem pode visualizar o que publicam nos seus perfis de redes sociais (Tabela 10): 42% deixam todo o perfil como público, e 23% disponibilizam o perfil parcialmente privado. Comparando com os dados coletados em 2012, quando 42% mantinham o perfil privado, ou seja, apenas os amigos conseguiriam ver, em 2013 esse percentual cai para 32%. Embora sejam poucos os respondentes que não sabem que tipo de configuração de privacidade mantêm nas redes sociais, de 2% em 2012, há um aumento para 3% em 2013; ainda é temerário pensar que esses jovens desconhecem esse recurso nas redes sociais.

TABELA 10  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES,  
POR TIPO DE CONFIGURAÇÃO DE PRIVACIDADE NO PERFIL DA REDE SOCIAL

Tipo de configuração	Geral %	
	2012	2013
Público, de um jeito que todo mundo consiga ver	25	42
Privado, de um jeito que apenas seus amigos consigam ver	42	32
Parcialmente privado, de um jeito que os amigos dos amigos ou suas redes consigam ver	31	23
Não sabe	2	3

As principais atividades realizadas por crianças e adolescentes na Internet (Tabela 11) são: fazer trabalho escolar (de 82% em 2012 para 87% em 2013), acessar redes sociais (de 68% em 2012 para 81% em 2013) e pesquisar em *sites* de buscas, como Google e Yahoo (com 80% de menções em 2013). Observa-se que fazer trabalhos escolares é a principal atividade citada por usuários de Internet com idades entre 9 e 14 anos. Somente os entrevistados de 15 anos ou mais, em 2013, utilizam prioritariamente a Internet para acessar as redes sociais (93%) e, depois, para trabalhos escolares (88%), o que pode indicar a maior necessidade de interação com outras pessoas para os respondentes dessa faixa etária.

Como pode ser observado, as atividades realizadas na Internet, em 2013, são ainda bem variadas, comparadas aos resultados de 2012: a rede serve como auxílio para os trabalhos escolares, pesquisas, compartilhamento de conteúdo (de fotos, vídeos e arquivos), diversão/entretenimento (jogos, música, filmes), e destaca-se, ainda, a possibilidade de fazer ligações por diferentes aplicativos. Embora com menor incidência, há menções de compras realizadas *on-line* (8%) e de pagamentos feitos por *downloads* de aplicativos (7%), mas vale destacar que esses itens são mais frequentes entre os adolescentes de mais de 15 anos e das classes AB.

TABELA 11  
**PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES,  
 POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL**

Atividades	Geral %		Faixa etária (%)								Classe social (%)					
			9-10 anos		11-12 anos		13-14 anos		15-17 anos(*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Usou a Internet para trabalho escolar	82	87	68	83	85	86	87	90	87	88	81	89	83	88	82	81
Visitou um perfil/página de uma rede social, como Facebook ou Orkut	68	81	44	58	66	75	77	84	80	93	76	89	68	80	49	68
Pesquisou coisas na Internet (no Google ou Yahoo, por exemplo)	-	80	-	62	-	75	-	83	-	89	-	86	-	80	-	67
Assistiu vídeos (por exemplo, no YouTube)	66	68	53	53	65	62	69	72	76	76	77	79	66	68	44	44
Jogou sozinho na Internet	-	57	-	69	-	67	-	56	-	48	-	62	-	58	-	42
Colocou (ou postou) fotos, vídeos ou músicas	40	56	14	26	35	44	51	59	57	73	49	62	39	55	30	45
Baixou músicas ou filmes	44	50	18	19	36	37	56	56	63	67	53	52	41	54	39	32
Colocou (ou postou) uma mensagem em uma página na Internet	24	42	9	18	20	33	32	52	33	51	31	53	23	38	15	31
Usou mensagens instantâneas para conversar com amigos	54	39	28	13	52	31	64	49	69	49	65	57	52	34	38	19
Enviou/recebeu e-mails	49	36	19	12	48	26	59	38	67	49	57	47	49	31	34	29
Baixou aplicativos gratuitos ou sem pagar	-	35	-	16	-	29	-	39	-	44	-	49	-	29	-	25
Leu/assistiu notícias na Internet	42	34	16	13	36	24	47	38	66	46	48	45	40	31	40	21
Jogou games/jogos com outras pessoas na Internet	54	32	59	35	60	37	48	38	51	25	63	43	50	29	52	17
Assistiu a programas de TV e filmes on-line	-	32	-	18	-	28	-	37	-	37	-	43	-	31	-	10
Postou sua localização (ou fez check-in utilizando Facebook, Foursquare, etc)	-	28	-	20	-	19	-	29	-	34	-	33	-	25	-	27
Criou um personagem, bicho de estimação ou avatar	16	25	10	22	22	29	17	29	15	21	18	37	17	21	13	12
Usou uma webcam	14	21	6	11	13	16	16	21	18	27	20	22	12	24	6	6
Entrou em salas de bate-papo, excluindo o Facebook	12	21	5	9	11	15	13	19	16	29	10	22	12	21	12	15
Colocou (ou postou) fotos, vídeos ou músicas em mensagens instantâneas	-	21	-	5	-	10	-	31	-	28	-	32	-	18	-	10
Fez ou recebeu ligações telefônicas ou chamadas de vídeo na Internet	-	14	-	2	-	7	-	21	-	19	-	23	-	12	-	1
Escreveu em um blog ou diário on-line	10	9	5	1	6	4	15	15	13	13	16	15	8	8	3	3
Ficou um tempo num mundo virtual	17	9	12	5	21	10	18	9	16	3	21	10	16	10	13	4
Usou sites de compartilhamento de arquivos	6	8	1	2	4	2	7	9	12	14	7	14	7	6	1	2
Comprou coisas pela Internet	-	8	-	3	-	5	-	7	-	11	-	15	-	5	-	1
Pagou por downloads de aplicativos	-	7	-	2	-	4	-	6	-	11	-	8	-	7	-	4

(\*) A pesquisa de 2012 não entrevistou usuários de Internet de 17 anos.

A pesquisa coletou também a frequência com que os adolescentes de 11 anos ou mais realizam essas atividades (Tabela 12), e os resultados confirmam a necessidade de interação social desses jovens em relação às atividades realizadas diariamente pela Internet: troca de mensagens instantâneas (53% em 2012 e 74% em 2013), acesso às redes sociais (53% em 2012 e 63% em 2013) e uso de salas de bate-papo (61% em 2013). Entre as atividades realizadas uma ou duas vezes por semana, destacam-se: assistir a programas de TV ou filmes *on-line* (57%), fazer trabalhos escolares (51%) e “baixar” músicas/filmes (50%).

TABELA 12  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET  
PARA CADA ATIVIDADE REALIZADA NO ÚLTIMO MÊS - 11-17 ANOS (\*)

Discriminação	Todos/ quase todos os dias		Uma ou duas vezes por semana		Uma ou duas vezes por mês		Não sabe	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Usou mensagens instantâneas para conversar com amigos	53	74	35	20	11	5	0	1
Visitou um perfil/página de uma rede social, como Facebook ou Orkut	53	63	35	31	12	6	0	1
Entrou em salas de bate-papo, excluindo o Facebook	-	61	-	30	-	8	-	1
Jogou sozinho na Internet	-	48	-	38	-	13	-	1
Jogou <i>games</i> /jogos com outras pessoas na Internet	35	45	45	43	19	12	1	1
Pesquisou coisas na Internet (no Google ou Yahoo, por exemplo)	-	43	-	44	-	13	-	0
Criou um personagem, bicho de estimação ou avatar	-	43	-	35	-	18	-	5
Colocou (ou postou) fotos, vídeos ou músicas em mensagens instantâneas	-	42	-	43	-	14	-	1
Assistiu a vídeos (por exemplo, no YouTube)	37	40	44	47	19	11	0	2
Colocou (ou postou) uma mensagem em uma página na Internet	39	36	46	47	14	14	1	2
Leu/assistiu notícias na Internet	31	36	47	49	21	15	1	1
Enviou/recebeu <i>e-mails</i>	39	34	46	48	15	17	0	1
Fez ou recebeu ligações telefônicas ou chamadas de vídeo na Internet	-	34	-	36	-	30	-	1
Postou sua localização (ou fez <i>check-in</i> utilizando o Facebook, Foursquare, etc)	-	37	-	45	-	16	-	2
Colocou (ou postou) fotos, vídeos ou músicas em redes sociais	24	27	43	54	31	18	1	1
Baixou aplicativos gratuitos ou sem pagar	-	23	-	44	-	32	-	1
Baixou músicas ou filmes	32	21	48	50	19	28	1	0
Assistiu a programas de TV e filmes <i>on-line</i>	-	21	-	57	-	21	-	1
Usou a Internet para trabalho escolar	13	19	49	51	38	29	0	1
Usou uma <i>webcam</i>	-	15	-	39	-	44	-	2

(\*) A pesquisa de 2012 não entrevistou usuários de Internet de 17 anos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados apresentados foram extraídos das tabelas derivadas de cada onda dessa pesquisa (CGI.br, 2013a; 2014a), filtrando os que propiciavam melhor esclarecimento sobre o perfil de crianças e adolescentes visando identificar os tipos de usos e apropriações da Internet por esse público, baseados em alguns cruzamentos (por classe social, faixa etária e renda familiar).

Verifica-se que a Internet tem sido cada vez mais utilizada por crianças e adolescentes e que a quantidade de atividades realizadas na rede mundial aumentou significativamente nos resultados da segunda onda da pesquisa, realizada em 2013 (CGI.br, 2014a).

Considerando as formas de acesso, nota-se que houve significativo aumento de locais de acesso, destacando-se o uso na residência dos jovens e de seus familiares, e na diversificação de equipamentos que permitem navegar na rede mundial, indicando que há maior democratização na posse de dispositivos e nas informações que estão disponibilizadas e podem ser acessadas pelos usuários e/ou compartilhadas entre eles.

O interessante é que, entre as atividades realizadas, a maior frequência está concentrada nas que propiciam relacionamentos sociais, seja por trocas de mensagens, fotos ou vídeos, em geral, diariamente, principalmente para os adolescentes de mais idade. Quando observados em termos das configurações de privacidade, no entanto, muitos ainda não se mostram preocupados com o que disponibilizam na rede, o que alerta para os riscos constantes a que estão expostos. A utilização da Internet para realização de trabalhos escolares também é citada, mas isso é mais expressivo para os de menor idade e com menor frequência de uso (duas a três vezes por semana).

Na segunda onda da pesquisa, os resultados já consideram as cinco regiões do Brasil, mas, por limitações de espaço, esses dados não foram considerados nesta análise. Em futuros estudos, isso pode ser explorado a fim de verificar se há distinção de usos e apropriações desse público em termos regionais.

Nota-se, por fim, que o público pesquisado já está mais presente na rede mundial e que o incentivo ao uso consciente da Internet deve ser estimulado no ambiente familiar, escolar e midiático. Esse cuidado possibilitará uma maior utilização por parte desses usuários, que, por estarem ainda em processo de formação, poderão aprender a utilizar das facilidades dessa tecnologia e estarão sendo potencializados para melhor aproveitamento dos conteúdos a serem buscados e/ou compartilhados.

## REFERÊNCIAS

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil – TIC Domicílios e Empresas 2011*. São Paulo: CGI.br, 2012. Disponível em: <<http://www.cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-da-informacao-e-da-comunicacao-no-brasil-tic-domicilios-e-empresas-2011/>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013a. Disponível em: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil – TIC Domicílios e Empresas 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013b. Disponível em: <<http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/tic-domicilios-e-empresas-2012.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014a. Disponível em: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil – TIC Domicílios e Empresas 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014b. Disponível em: <[http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC\\_DOM\\_EMP\\_2013\\_livro\\_eletronico.pdf](http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf)>. Acesso em: 10 dez. 2014.

MARQUES, J. A. Usos e Apropriações da internet por Crianças e Adolescentes. In: CGI.br. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. p. 55-64. Disponível em: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>.

## COMUNICAÇÃO MÓVEL: UM CAMINHO PARA A INCLUSÃO DIGITAL?

Giovanna Mascheroni<sup>1</sup>

### INTRODUÇÃO

Crianças e adolescentes, desde muito cedo e com grande entusiasmo, adotam novas tecnologias, tanto que, devido ao seu envolvimento com a mídia digital, as gerações mais novas têm recebido o nome de “nativos digitais” (PRENSKY, 2001) ou “geração móvel” (SELWYIN, 2003). Ao mesmo tempo em que esses relatos populares apontam para a profunda mídiatização da vida dessas crianças e adolescentes (LIVINGSTONE, 2009), disfarçam as desigualdades persistentes de acesso e uso da Internet entre tais sujeitos, tanto dentro de um mesmo país como entre países. Em contrapartida, mesmo entre os usuários mais jovens, o acesso à Internet está correlacionado à idade, ao gênero e às diferenças socioeconômicas, em que jovens com maior renda familiar (LIVINGSTONE; HELSPER, 2007) tendem a beneficiar-se de melhor grau de “autonomia de uso” – isto é, acesso livre e ilimitado à Internet “em qualquer lugar, a qualquer hora” (HARGITTAI; HINNANT, 2008, p. 606). Ademais, as desigualdades de acesso levam a desigualdades no desenvolvimento de atividades *on-line* e nas progressões de usos mais básicos da Internet àqueles mais criativos. Portanto, a desigualdade de autonomia do uso está associada a diferentes gradações de inclusão digital (LIVINGSTONE; HELSPER, 2007).

Telefones celulares e *smartphones* fornecem maior autonomia de uso e conectividade mais barata, por isso, defende-se que tais dispositivos têm o potencial de diminuir a exclusão digital, especialmente no Sul Global (como exemplo, ver BEGER et al., 2012). No entanto as expectativas em torno da Internet móvel podem ter sido exageradamente otimistas; de fato, as pesquisas têm revelado que existem diferenças entre experiências de acesso à Internet por meio de computadores e Internet móvel, pois usuários de Internet móvel se envolvem em menos atividades *on-line* de caráter ‘*capital-enhancing*’ (DONNER et al., 2011; PEARCE; RICE, 2013). Assim, o uso da Internet móvel pode ajudar a reduzir a exclusão digital, mas também pode produzir novas desigualdades em termos de padrões e habilidades de uso.

---

<sup>1</sup> PhD em Sociologia e professora de Sociologia da Comunicação no Departamento de Sociologia da *Università Cattolica* de Milão. Professora visitante no Departamento de Mídia e Comunicações do *London School of Economics and Political Science*. Pesquisa o tema crianças, adolescentes e a Internet desde 2007, sendo o contato nacional da rede EU Kids Online e coordenadora do projeto Net Children Go Mobile (ver: <[www.netchildrengomobile.eu](http://www.netchildrengomobile.eu)>).

## CRIANÇAS, ADOLESCENTES E SMARTPHONES: EVIDÊNCIAS DOS EUA E DA EUROPA

Um número considerável de pesquisadores já investigou a relação entre o uso do *smartphone* e as desigualdades digitais e sociais entre os usuários mais jovens nos EUA e na Europa. Por exemplo, Hargittai e Kim (2010) estudaram o uso de *smartphones* por crianças e adolescentes e concluíram que quanto maior a autonomia de uso – devido à possibilidade de acessar a Internet de vários locais e plataformas – e quanto maior o grau de habilidade digital, maior a probabilidade dessas crianças e adolescentes envolverem-se com padrões de uso mais avançados. Em outras palavras, eles exploravam funcionalidades do *smartphone* cada vez mais complexas. Assim, em vez de diminuir as desigualdades digitais, portanto, o uso do *smartphone* pode reforçar a chamada “exclusão digital de segundo nível” (HARGITTAI, 2002).

Da mesma maneira, Park (2014) examina como, mesmo entre adolescentes, o uso da Internet móvel está longe de ser homogêneo. Mais especificamente, a exclusão digital de segundo nível, juntamente com o contexto socioeconômico e o grau de habilidade digital, pode levar a mais desigualdades sociais. Um relatório produzido pelo Pew Research Center (MADDEN et al., 2013) também destaca a persistência de desigualdades digitais entre adolescentes dos Estados Unidos baseadas em desigualdades sociais. Enquanto que adolescentes de lares de níveis de instrução e de renda mais baixos apresentam menos probabilidade de acessarem a rede, a probabilidade de eles acessarem a Internet primariamente via *smartphone* é igual ou até maior. Consequentemente, visto que acessar a rede via celular possa resultar em menos experiências online de caráter ‘*capital-enhancing*’, é provável que a inclusão digital de crianças e adolescentes que acessem a Internet principalmente, se não exclusivamente, por dispositivos móveis seja comprometida.

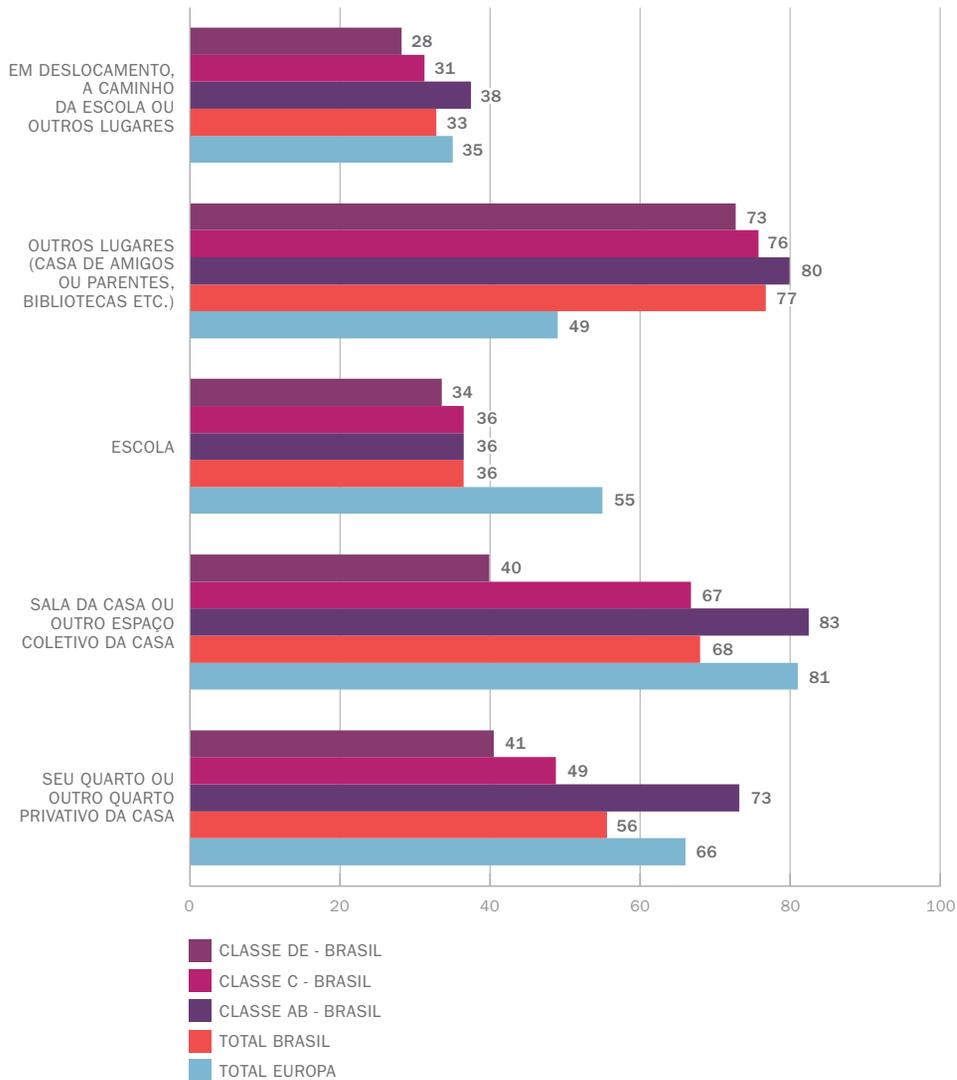
Evidências da Europa e especialmente do projeto Net Children Go Mobile (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), também apontam para desigualdades sociais e digitais que persistem em relação à adoção e ao uso de *smartphones*. A análise estatística dos resultados demonstra que a posse de um *smartphone* não está diretamente relacionada ao estrato socioeconômico. No entanto a posse de um *smartphone* por crianças e adolescentes de 9 a 16 anos está correlacionada à posse de dispositivos móveis pelos pais para acessar a rede e à disseminação geral de *smartphones* e da Internet em um determinado país (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2015). Adicionalmente, quanto mais a criança ou o adolescente tenha acessado a rede em sua vida e quanto maior a autonomia de uso que tenha experimentado, maior a probabilidade de ter seu próprio *smartphone*. Em outras palavras, as crianças e adolescentes que já se encontram altamente conectados têm mais probabilidade de ganharem seus próprios *smartphones*. A posse e o uso de *smartphone*, portanto, podem resultar em diferentes e mais altos graus de inclusão digital. Isso se deve ao fato de que, entre essa população, crianças mais velhas, meninos, aqueles que começam a usar a Internet mais cedo e, principalmente, aqueles que acessam a rede todos os dias por meio de *smartphones* têm mais chances de se envolver em uma gama mais ampla de atividades *on-line* e em atividades mais benéficas, como os usos mais interativos e participativos da Internet. De fato, o acesso à Internet de forma mais autônoma por meio de *smartphones* e a experiência da criança ou do adolescente com a Internet em termos de número de anos de acesso à rede são fatores correlacionados à maior ascensão na chamada “escada de oportunidades”

(LIVINGSTONE; HELSPER 2007). Isso sugere que tanto as plataformas tecnológicas como os diferentes contextos familiares ainda representam fontes de disparidades *on-line* que são espelhadas e consolidadas em forma de desigualdades *off-line*.

## SMARTPHONES E DESIGUALDADES NO BRASIL

Comparações entre a Europa e o Brasil<sup>2</sup> sugerem que, de forma geral, crianças e adolescentes têm experiências muito diferentes com a Internet (Gráfico 1). Na Europa, a Internet é um fenômeno doméstico e cada vez mais privativo: 81% das crianças e adolescentes, na Europa, de 9 a 16 anos acessam a Internet em seus domicílios e 66% o fazem na privacidade de seus quartos. Diferenças entre idades e países são, portanto, dignas de nota, sendo o acesso diário a experiência com a Internet mais compartilhada entre crianças e adolescentes da maioria dos países (exceto Bélgica, Irlanda e Portugal). Até mesmo os *smartphones*, que são os dispositivos mais usados quando em movimento, têm mais chances de ser usados no domicílio, seja no próprio quarto da criança ou adolescente ou em qualquer outro ambiente. Esse uso cada vez mais privativo da Internet reforça o fenômeno conhecido como “a cultura do quarto” (LIVINGSTONE; BOVILL, 2001); crianças e adolescentes estão imersos em quartos ricos em mídia que representam o principal contexto em que passam o seu tempo livre. Consequentemente, as práticas e significados associados à construção de identidade, socialização e autoexpressão estão cada vez mais embutidos no espaço do quarto e, portanto, cada vez mais midiaticizados e privatizados.

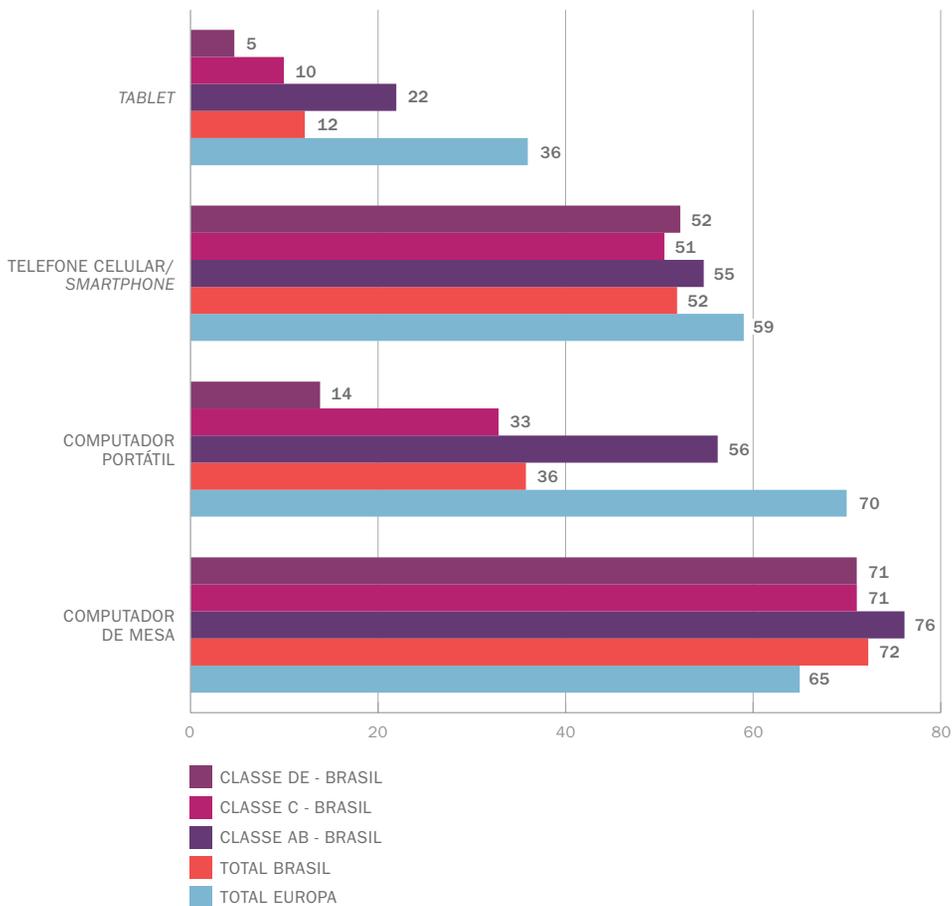
<sup>2</sup> Reconhecemos o desafio que é conduzir uma comparação entre o Brasil e os sete países europeus envolvidos no projeto Net Children Go Mobile (Bélgica, Dinamarca, Itália, Portugal, Romênia e Reino Unido), especialmente, quando comparamos a estratificação socioeconômica. Além do mais, os sete países europeus incluídos no levantamento de 2013-2014 também apresentam muitas diferenças entre si. Quando nos referimos às crianças “europeias”, referimo-nos ao valor médio dos sete países incluídos no estudo. Isso não significa que esse valor seja representativo de todas as crianças europeias. No entanto pode-se presumir que, dada a diversidade dos países envolvidos, esse número não deve estar tão distante de uma média para crianças de outros países. O Brasil também é caracterizado por significantes desigualdades sociais e regionais. Não obstante, acreditamos que a comparação tenha produzido resultados interessantes em termos de implicações para políticas públicas. Para mais informações sobre a metodologia do Net Children Go Mobile, consulte Mascheroni e Ólafsson (2014). Para mais discussão sobre a comparabilidade dos dois conjuntos de dados, veja a nota metodológica incluída neste relatório.

GRÁFICO 1  
LOCAIS DE ACESSO À INTERNET, POR ESTRATO SOCIOECONÔMICO, COMPARADOS À MÉDIA EUROPEIA

Em contrapartida, o principal local de uso da Internet, no Brasil, ainda é representado por lugares fora do domicílio – incluindo *lan houses*, bibliotecas públicas e a casa de amigos ou parentes –, onde 77% das crianças e adolescentes entre 9 e 16 anos relataram acessarem a Internet. O segundo local mais comum é o domicílio, mas fora do próprio quarto. No entanto, se focalizarmos crianças e adolescentes de domicílios de estratos socioeconômicos mais altos, percebemos que, para tal categoria, a Internet é uma experiência tão doméstica e privativa quanto é para os jovens europeus. De modo similar, entre crianças de estrato socioeconômico mais alto, o acesso à Internet em movimento, por meio de dispositivos móveis, também, encontra-se associado ao acesso europeu de forma geral. Curiosamente, no Brasil, quando comparado ao acesso doméstico, o uso da Internet em movimento parece estar menos estratificado por nível socioeconômico, assim, sugerindo que celulares e *smartphones*

oferecem uma estratégia viável para diminuir a exclusão digital em países de economias emergentes. O potencial de dispositivos móveis para reduzir tal exclusão se confirma com dados sobre aparelhos usados para acessar a rede (Gráfico 2).

GRÁFICO 2  
EQUIPAMENTOS USADOS PARA ACESSAR A INTERNET, POR ESTRATO SOCIOECONÔMICO, COMPARADOS À MÉDIA EUROPEIA

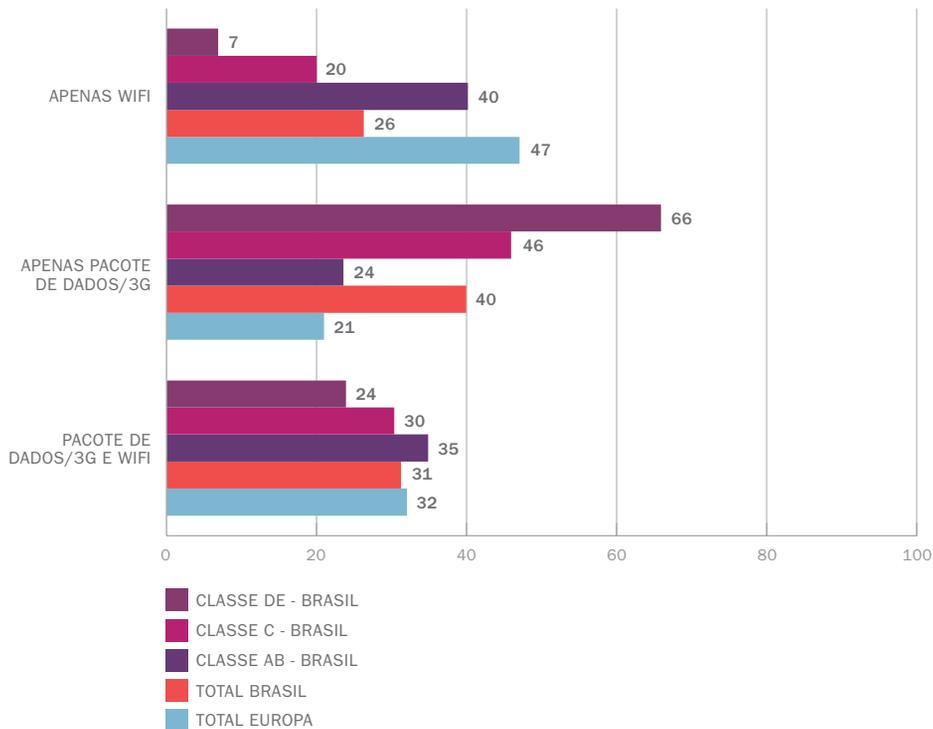


A transição para a ecologia da mídia chamada “pós-desktop” está evidente na Europa, onde 70% das crianças e adolescentes acessam a Internet via *laptop* pelo menos uma vez por semana e 46%, todos os dias. Da mesma maneira, se analisarmos o uso diário, crianças e adolescentes na Europa têm mais chances de acessarem a rede pelo menos uma vez por dia via *smartphone* (41%) do que por computador pessoal (33%) (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014). Em contrapartida, os computadores pessoais permanecem como o equipamento mais comum no Brasil, seguidos por celulares/*smartphones*, que estão quase tão difundidos como na Europa (52% das crianças e adolescentes brasileiros de 9 a 16 anos já acessaram a Internet de um celular ou *smartphone* contra 59% de europeus entre 9 e 16 anos que acessam a Internet pelo menos uma vez por semana). Isso não é de se estranhar, considerando o número expressivo de crianças e adolescentes que acessam a Internet de bibliotecas públicas ou *lan houses*.

De fato, as desigualdades socioeconômicas relacionadas ao uso de celulares ou *smartphones* para acessar a rede são muito pequenas. Em contraste, somente uma minoria de crianças e adolescentes brasileiros usam *laptops* e especialmente *tablets*. No entanto, como já observado, em termos de local de acesso e uso da Internet, as disparidades entre crianças e adolescentes, na Europa e no Brasil, de níveis socioeconômicos mais altos também são menores quanto ao uso de *laptops* e *tablets*. Esse dado fornece mais evidências sobre uma tendência para maior privatização de experiências *on-line* que está se tornando evidente no Brasil, a começar pelos domicílios de maior estrato socioeconômico.

Em resumo, os resultados relacionados aos locais e equipamentos mostram, então, que, quando o assunto é o acesso à Internet em movimento ou o uso de celulares para acessar a rede, as variações socioeconômicas são menos importantes. No entanto os dados do Net Children Go Mobile (HADDON; VINCENT, 2014; MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014) apontam que a chamada conectividade “em qualquer lugar, a qualquer hora”, na verdade, encontra-se restrita a limitações econômicas, tecnológicas ou sociais, que condicionam onde, quando e por quanto tempo crianças e adolescentes podem acessar a rede de seus dispositivos. Na Europa, a autonomia do uso tende a ser limitada por motivos relacionados ao custo ou especialmente pela mediação parental; quase metade (47%) das crianças e adolescentes na Europa tem permissão para acessar a rede por meio de redes sem fio, especialmente no caso dos mais novos. O número de crianças e adolescentes que acessam a rede de seus celulares usando um plano de Internet móvel é maior do que a média europeia (40% contra 21%) e é especialmente alto entre crianças e adolescentes de níveis socioeconômicos mais baixos (66%). Em contrapartida, no Brasil, crianças e adolescentes (entre 9 e 16 anos) de famílias de estrato socioeconômico mais alto têm mais probabilidade de acessar a Internet exclusivamente por WiFi (40%), como também por planos de Internet móvel e redes sem fio (35%). Esses dados sugerem que quando crianças ou adolescentes de níveis socioeconômicos mais altos têm seu acesso à Internet, “em qualquer lugar, a qualquer hora”, limitado por meio de planos de Internet móvel, isso se deva a estratégias de mediação parental. Como muitos pais na Europa, os pais no Brasil de nível socioeconômico mais alto querem limitar o grau de acesso sem supervisão que seus filhos têm à rede. Esse dado também indica que essas crianças e adolescentes já são beneficiados por maior autonomia do uso, desse modo, tendo a possibilidade de acessar redes sem fio em uma variedade de contextos da vida diária. Ademais, crianças e adolescentes de níveis socioeconômicos mais altos têm mais probabilidade de acessar a rede via celular, tanto por redes sem fio como por planos de Internet móvel, experimentando, assim, maior autonomia. Em contrapartida, crianças e adolescentes de famílias de níveis socioeconômicos mais baixos, que possuem somente um plano de Internet móvel, devem autorregular o tempo de acesso à rede devido a questões relacionadas ao custo (HADDON; VINCENT, 2014).

GRÁFICO 3  
TIPOS DE CONEXÃO PARA ACESSO À INTERNET VIA SMARTPHONES/CELULARES,  
POR ESTRATO SOCIOECONÔMICO, COMPARADAS À MÉDIA EUROPEIA



## CONCLUSÕES

Uma breve visão geral dos dados de brasileiros e europeus sobre o acesso e uso da Internet corrobora pesquisas anteriores ao indicar o resultado benéfico de dispositivos móveis para a redução da exclusão digital de primeiro nível. Isto é, cada vez mais, crianças e adolescentes estão acessando a rede de seus celulares. No entanto, os resultados também sugerem a resiliência de desigualdades digitais. Acessar a rede por meio de um celular não é a mesma experiência para todas as crianças e adolescentes. Aqueles jovens de domicílios de estrato socioeconômico mais alto têm mais chances de se beneficiarem de maior autonomia, pois têm acesso a mais dispositivos para acessar a rede. Nesse sentido, eles podem acessar a Internet por meio de um *smartphone* tanto ao se conectar a uma rede sem fio como por um plano de Internet móvel. Porém, para muitas crianças e adolescentes de níveis socioeconômicos mais baixos, os celulares e *smartphones* estão se tornando o meio primário de acesso à Internet. Esse acesso, no entanto, pode estar limitado por questões de custo, pois eles acessam a rede principalmente por meio de um plano de dados. Portanto, apesar de possuírem ou usarem um celular, na verdade, sua autonomia de uso encontra-se limitada.

Por conseguinte, variações segundo o nível socioeconômico carregam implicações importantes para a inclusão digital, pois a autonomia do uso está associada a níveis mais altos de habilidades

digitais e usos da Internet que valorizam mais o capital (HARGITTAL; KIM, 2010; MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2015). Desta maneira, ao mesmo tempo que reduzem desigualdades de acesso, celulares e *smartphones* podem de fato aprofundar as desigualdades de uso e dar origem a outras.

Em conclusão, oferecer oportunidades iguais para crianças e adolescentes, por meio de acesso à Internet com qualidade nas escolas, por exemplo, continua sendo prioridade.

## REFERÊNCIAS

- BEGER, G.; SINHA, A.; PAWELCZYK, K. *South African mobile generation: Study on South African young people on mobiles*. UNICEF, Digital Citizenship Safety, 2012.
- DONNER, J.; GITAU, S.; MARSDEN, G. Exploring mobile-only internet use: results of a training study in urban South Africa. *International Journal of Communication*, n.5, p. 574-597, 2011.
- HADDON, L.; VINCENT, J. *European children and their carers' understanding of use, risks and safety issues relating to convergent mobile media*. Milano: Educatt, 2014. Disponível em: <[www.netchildrengomobile.eu/reports](http://www.netchildrengomobile.eu/reports)>. Acesso em: 14 abr. 2015.
- HARGITTAL, E.; HINNANT, A. Digital inequality differences in young adults' use of the internet. *Communication Research*, v.35, n.5, p. 602-621, 2008.
- HARGITTAL, E.; KIM, S. *The Prevalence of Smartphone Use Among a Wired Group of Young Adults*. Institute for Policy Research Northwestern University Working Paper Series, 2010. Disponível em: <[www.ipr.northwestern.edu/publications/docs/workingpapers/2011/IPR-WP-11-01.pdf](http://www.ipr.northwestern.edu/publications/docs/workingpapers/2011/IPR-WP-11-01.pdf)>. Acesso em: 14 abr. 2015.
- HARITTAI, E. The second-level digital divide: differences in people's online skills. *First Monday*, v. 7, n.4, 2002. Disponível em: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>>. Acesso em: 14 abr. 2015.
- LIVINGSTONE, S.; BOVILL, M. *Children and their changing media environment: A European comparative study*. New Jersey, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, v. 9, n.4, p.671-696, 2007.
- LIVINGSTONE, S. *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge: 2009.
- MADDEN, M. et al. *Teens and Technology 2013*. Washington, DC: Pew Research Center, 2013. Disponível em: <<http://www.pewinternet.org/2013/03/13/teens-and-technology-2013/>>. Acesso em: 14 abr. 2015.
- MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: risks and opportunities*. Second edition. Milano: Educatt, 2014. Disponível em: <<http://www.netchildrengomobile.eu/reports/>>. Acesso em: 14 abr. 2015.
- \_\_\_\_\_. The mobile Internet: Access, use, opportunities and divides among European children. *New Media & Society*, 2015.
- PARK, Y. *My whole world's in my palm! The second-level divide of teenagers' mobile use and skill*. *New Media & Society*, 2014.
- PEARCE, K.; RICE, R. Digital divides from access to activities: Comparing mobile and personal computer Internet users. *Journal of Communication*, v. 63, p. 721-744, 2013.
- PRENSKY, M. Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, v. 9, n. 5, p. 1-6, 2001. Disponível em: <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2015.
- SELWYN, N. Schooling the mobile generation: The future for schools in the mobile-networked society. *British Journal of Sociology of Education*, v. 24, n. 2, p.131-144, 2003.

## MEDIAÇÕES PARA BOAS ESCOLHAS EM TEMPOS DE MOBILIDADE

Rodrigo Nejm<sup>1</sup>

Debater o desafio da mediação no uso da Internet por crianças e adolescentes exige o reconhecimento da complexa diversidade de temas que gravitam ao seu redor, especialmente em países com tantas singularidades como o Brasil. De forma breve, faremos aqui algumas considerações sobre o desafio de pensar estratégias de mediação e empoderamento de crianças, adolescentes e jovens no contexto dos ambientes digitais, sinalizando para processos educativos que estimulem boas escolhas e o exercício do autocuidado. Ao observar os dados da TIC Kids Online Brasil 2013, percebemos que há uma gradativa massificação do acesso que não pode ser negligenciada. Apesar de também conectadas, parcelas da população brasileira residente em áreas rurais e famílias menos favorecidas economicamente certamente não desfrutam das tecnologias de maneira homogênea. Para além dos indicadores estatísticos, problematizamos a noção de nativos digitais e apontamos alguns perigos desse discurso prescritivo que supõe as novas gerações como “automaticamente” aptas a desfrutar dos ambientes digitais com muito mais habilidade do que seus pais e educadores.

Quando diferenciamos a capacidade técnica de uso daquela de discernimento e avaliação crítica sobre as possibilidades e limites desse uso, diversos cenários se apresentam para pensarmos a inclusão digital, a educação para cidadania digital e a apropriação cotidiana das tecnologias de informação e comunicação (TIC) por crianças e adolescentes no Brasil. Destacando a dimensão pública de muitos dos ambientes digitais frequentados por eles, tentamos evidenciar que os ambientes digitais frequentados pelos jovens são também espaços de direitos e de interação social que exigem mediação dos pais e responsáveis, bem como processos educativos que permitam a crianças e adolescentes ter informações e discernimento para fazer boas escolhas *on-line* e desfrutar com responsabilidade das liberdades e oportunidades ampliadas pelas TIC. Entre tantos desafios impostos nesse cenário, buscamos apontar as vantagens da mediação e da educação para boas escolhas como alternativa viável e urgente quando o uso se torna cada vez mais individualizado e móvel. Acreditamos que as tecnologias digitais podem ser aliadas

---

<sup>1</sup> Psicólogo pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) – Assis, SP, mestre em Gestão e Desenvolvimento Social pelo Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social da Universidade Federal da Bahia (Ciags/UFBA), doutorando em Psicologia Social no Instituto de Psicologia da UFBA e pesquisador do Grupo de Pesquisa em Interações, Tecnologia Digitais e Sociedade (Gits) da UFBA. Desde 2007 é diretor de Educação e Atendimento da Safernet Brasil, responsável pela criação de materiais pedagógicos, campanhas e orientações para promoção e defesa dos direitos humanos na Internet no Brasil.

na promoção e proteção dos direitos de crianças e adolescentes quando evitamos contrapor liberdade *versus* segurança e nos concentramos no empoderamento para boas escolhas e na criação de condições para mediações responsáveis.

## MASSIFICAÇÃO DO ACESSO, SINGULARIZAÇÃO DOS USOS

Assim como em muitos países, a intensidade do uso da Internet por crianças, adolescentes e jovens é surpreendente no Brasil. Os dados das últimas pesquisas do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) ajudam-nos a compreender melhor parte dessa realidade. Na pesquisa TIC Domicílios de 2013, os dados indicam que, apesar de apenas 51% dos brasileiros serem considerados usuários de Internet<sup>2</sup>, essa proporção passa para 75% na faixa entre os 10 e 15 anos, atingindo 77% entre os 16-24 anos, de longe as duas faixas etárias com maior proporção de usuários da rede, realidade que podemos constatar cotidianamente mesmo sem os rigorosos cuidados estatísticos dessa pesquisa amostral. Essa intensa apropriação da Internet pelos adolescentes ocorre ao lado do uso de outras tecnologias da informação e comunicação (TIC), como a televisão, o rádio, jogos eletrônicos, os celulares e os *tablets* (CGI.br, 2014a).

Nesse cenário de uso das múltiplas mídias, as interações sociais são cada vez mais mediadas, ampliando não apenas as possibilidades de comunicação, mas também as formas de autoapresentação e de construção reflexiva das identidades (GIDDENS, 2002). Reconhecendo a complexidade dos aspectos que configuram a vida social moderna, muitas questões podem ser colocadas a respeito das relações entre o uso intenso da Internet e a construção das identidades de adolescentes na atualidade, bem como sobre as novas formas de manejo das informações pessoais, da noção de privacidade e das possibilidades de mediação dos pais e/ou responsáveis nesses contextos. Se novos regimes de visibilidade e de interação social se instauram com a massificação das tecnologias de comunicação, podemos indagar se mudam também as bases sobre as quais educamos crianças e adolescentes, para que possam desfrutar das oportunidades e liberdades favorecidas pelos ambientes digitais.

O entrelaçamento das mudanças sociotécnicas na vida cotidiana pode ser destacado no novo contexto de interações mediadas pelas tecnologias de comunicação (THOMPSON, 2011), o qual abre possibilidades para diferentes formas de apropriação e de produção de sentidos sobre as ações e interações sociais e pessoais. Nesse cenário de mudanças complexas, interessa-nos analisar as apropriações que crianças e adolescentes fazem dos ambientes digitais e como seus pais e responsáveis atuam na mediação para que eles tenham condições de fazer boas escolhas, desse modo, desfrutando das liberdades com responsabilidades. Mesmo com as significativas desigualdades socioeconômicas, podemos considerar que a Internet já faz parte da vida dos adolescentes brasileiros, de maneira que não podemos considerá-la um aspecto pontual ou marginal em suas vidas. Sem poder explorar aqui toda a riqueza dos

---

<sup>2</sup> Dado da pesquisa TIC Domicílios de 2013 do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Nas pesquisas do Cetic.br, considera-se “usuário” aquele que utilizou a Internet há menos de três meses em relação ao momento da entrevista. Considerando os que já acessaram a Internet ao menos uma vez na vida, os dados são ainda mais expressivos: 85% entre 10 e 15 anos e 87% entre 16 e 24 anos de idade, comparados à média nacional de 58% (CGI.br, 2014a).

dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013, um pequeno extrato dos resultados ajuda a refletir sobre a apropriação da Internet nestas importantes fases da vida que são a infância e a adolescência.

Um dos dados que mais chama a atenção é a mobilidade. O uso da Internet pelo celular saltou enormemente: de 21%, em 2012, para 53%, em 2013, entre os usuários de 9 a 17 anos de idade. Percebemos que há uma intensificação importante a partir dos 13 anos, sendo que, entre os entrevistados de 15-17 anos, 65% usavam a Internet pelo celular. Apesar de a proporção ser maior (63%) entre aqueles de famílias com renda mais alta (mais de 3 salários mínimos – SM), a diferença não é tão radical quando observamos que 52% das crianças e dos adolescentes de famílias com renda de até 1 SM também usavam a Internet pelo celular. A diferença de gênero também não é tão expressiva, já que 51% das meninas e 54% dos meninos com idades entre 9 e 17 anos, usuários de Internet se conectam usando seus celulares. O aumento na proporção geral de acesso é interessante do ponto de vista da chamada inclusão digital, mas sabemos que o simples acesso não é sinônimo de igualdade de direitos, tampouco de oportunidades. Reconhecendo que as pesquisas sobre usos da Internet precisam levar em consideração as formas de apropriação da tecnologia em consonância com as demais atividades cotidianas (BAKARDJIEVA, 2011), o fato de o uso se tornar cada vez mais pessoal por meio dos celulares pode implicar em variações na disponibilidade para participação e exposição de informações pessoais na rede (GOGGIN, 2013). Analisando os recortes por renda familiar e região do país, podemos observar variações relevantes que apontam para uma singularidade nos usos que não podemos ocultar com a comemoração sobre a massificação do acesso simplesmente.

As desigualdades são inúmeras, no tipo de dispositivo para acesso, na velocidade de conexão, no local de acesso e na disponibilidade de recursos técnicos e humanos na mediação. Nas famílias com menor renda, o uso é comum pelo celular, dependendo dos pacotes de dados, o que pode implicar em diferentes tipos de limitações tanto na velocidade quanto no volume de dados. Este que parece um dado óbvio merece atenção, pois as práticas cotidianas e as formas de apropriação, tanto da Internet quanto do dispositivo celular, podem variar imensamente nessas diferentes configurações. Além da maior ou menor disponibilidade técnica, sabemos que há ainda um conjunto de aspectos da dinâmica familiar que participa na delimitação das condições de mediação parental para orientar os usos, tanto no que diz respeito ao fortalecimento de oportunidades de aprendizado e socialização quanto na questão de negociação de regras e limites para permitir que crianças e adolescentes saibam lidar com as situações de risco para evitar danos de um uso indiscriminado.

Outro fator de singularidade relevante apontado pela TIC Kids Online Brasil 2013 é a idade do primeiro acesso à Internet, fator que tem relação com o contexto no qual as crianças começam a apropriar-se dessas tecnologias e as formas de mediação desse uso. Novamente, as diferenças econômicas são expressivas quando percebemos que, entre as famílias de até 1 SM, 28% tiveram o primeiro acesso com mais de 12 anos, o que ocorre apenas com 7% das mais favorecidas economicamente (acima de 3 SM). Já com relação ao uso dos *sites* de redes sociais (SRS), como o Facebook, é evidente o aumento conforme a idade, mas notável o fato de 52% dos usuários de Internet de 9-10 anos já se apropriarem desse serviço, que, no caso do Facebook, é restrito para menores de 13 anos de idade. Entre os adolescentes mais velhos (15-17 anos), 93% utilizam algum SRS e 94% possuem perfil no Facebook, seguidos pelos de idade de 13-14 anos, ao observarmos que 84% deles acessam SRS e 86% possuem perfil no

Facebook. Apesar de o uso das redes sociais ser muito intenso em todas as faixas de renda familiar, a desigualdade também é evidente quando observamos a proporção de adolescentes que afirmaram não usar nenhum SRS: 25% nos membros de famílias com renda até 1 SM e 7% entre os que são de família com renda superior a 3 SM.

O fato de possuir uma conta e mesmo de acessar todos os dias os SRS não permite muitas generalizações sobre as apropriações já que estas dependem do repertório sociocultural dos usuários. Os dados indicam o quanto os SRS compõem o universo de experiências cotidianas dos adolescentes brasileiros, apresentando-se como espaço para apresentação de si, estudos, lazer, desenvolvimento de relacionamentos e experimentações variadas relacionadas ao processo de constituição de suas identidades (BAYM, 2011; LIVINGSTONE, 2009). No entanto parece-nos relevante evitar a direta associação entre adolescentes e habilidades de uso da Internet e demais TIC, supondo que a simples posse e acesso seriam disparadores de oportunidades e usos qualificados ou transformadores (LIVINGSTONE; HADDON, 2009).

Os dados da TIC Kids Online Brasil 2013 apontam ainda desigualdades relevantes quanto às habilidades das crianças e adolescentes para configurarem os dispositivos e gerenciarem suas contas, bem como diferenças no tipo de mediação estabelecida pelos pais e pela escola, o que implica em distintas experimentações das oportunidades e dos riscos que os ambientes digitais favorecem. Com relação às habilidades para gerenciar as configurações de privacidade dos SRS, apenas 55% dos adolescentes na faixa entre 13 e 14 anos declararam saber mudar as configurações de seus perfis, sendo a proporção ainda menor entre os mais novos (34% entre aqueles de 11 e 12 anos). A falta de habilidade não está restrita às configurações de privacidade, visto que outras habilidades básicas também são limitadas nessa faixa: entre os usuários de Internet de 13 e 14 anos apenas 55% sabem bloquear as mensagens ou um contato, 48% sabem apagar o histórico de navegação, 43% sabem comparar *sites* para conferir a veracidade das informações encontradas na Internet e apenas 41% dizem ser capazes de bloquear propagandas.

As desigualdades de renda familiar e nível de estudo dos pais parecem se refletir diretamente no desenvolvimento dessas habilidades quando observamos que apenas 42% dos internautas de classes DE (e 45% dos que possuem pais com escolaridade até o Fundamental I) sabem mudar suas configurações de privacidade, proporção muito inferior aos 72% das classes AB (e 67% dos que possuem pais com Ensino Médio ou Superior). Essas desigualdades se refletem também nas demais habilidades e no tipo de acompanhamento dos pais sobre a navegação dos filhos. Do total de crianças e adolescentes entrevistados (usuários de Internet com idades entre 9-17 anos), 20% daqueles com pais que possuem escolaridade até o Ensino Fundamental afirmam que seus pais não sabem nada sobre suas atividades na Internet, afirmação presente em apenas 3% das respostas daqueles com pais que possuem o Ensino Médio ou Superior. Esses dados dão indícios de diferentes repertórios que subsidiam as práticas cotidianas de uso dos SRS e que não podem ser menosprezadas em análises e estratégias de criação de políticas públicas. Ainda assim, interessante notar que as desigualdades econômicas e de escolaridade dos pais não parecem influenciar a percepção que os adolescentes têm sobre os tipos de permissões que possuem dos pais para suas atividades na Internet, seja para usar os SRS ou para assistir a vídeos no Youtube, a maior parte deles informando que pode fazer essas atividades quando quiser.

Esses dados da TIC Kids Online Brasil 2013 ajudam a conhecer melhor o cenário nacional, facilitando a identificação de aspectos comuns e das desigualdades entre as crianças e os adolescentes usuários de Internet. O que queremos destacar aqui é que, apesar do grande avanço no direito ao acesso, ao encararmos o desafio da mediação e empoderamento de crianças e adolescentes para apropriação dos ambientes digitais, não podemos esquecer que muitas das desigualdades socioeconômicas e culturais se reproduzem e interligam-se nas experiências *on-line* (BOYD, 2008; LÜDERS, 2011). Além disso, ter acesso aos dispositivos digitais e conseguir usá-los não é sempre sinônimo de habilidades para desfrutar das oportunidades, tampouco sinal de maturidade crítica para fazer boas escolhas nesses novos ambientes públicos. Mais importante até do que a habilidade para configurar a privacidade ou o bloqueio de conteúdos indesejados, parece-nos fundamental ampliar os espaços de mediação e educação para debater as diferentes percepções sobre a própria noção de privacidade e de conteúdos indesejados nos diferentes cenários socioculturais das crianças e dos adolescentes brasileiros.

## AMBIENTES DIGITAIS COMO ESPAÇOS DE DIREITOS EM CONSTRUÇÃO

A Internet é uma rede de redes, muito maior do que tudo aquilo que podemos acessar com aplicativos de celular, jogos ou mesmo por meio de *sites* de busca. O fato de crescer intensamente a proporção de usuários de Internet a partir de dispositivos móveis nos dá ainda mais argumentos para defender a urgência de uma reflexão sobre a oferta de mediação e educação que favoreça o desenvolvimento de capacidade crítica dos usuários para fazerem boas escolhas na rede, amparadas pelos princípios de cidadania e pelos direitos humanos. Sem entrar nos detalhes técnicos e políticos da arquitetura das redes, queremos apenas destacar que há uma importante dimensão pública na maior parte dos ambientes digitais frequentados pelas crianças, adolescentes e jovens, o que exige uma mediação e uma educação para a vida, para a cidadania no seu sentido mais amplo, muito além da questão dos perigos online e violências potenciais. Tomando o exemplo dos *sites* de redes sociais, expressivamente os preferidos nessa faixa etária, podemos reconhecer neles uma arena para importantes interações sociais e experimentações identitárias. Longe de ser um mundo “irreal”, esses ambientes são bases reais para a construção de laços, para a aprendizagem, experimentações sexuais, identificação com causas e também para o exercício da cidadania. São palcos de interações que não são “paralelas” às convenções sociais, aos hábitos e tampouco às leis, mas que se constituem a partir destes, mesmo que provocando reconfigurações. Sem dúvida, há diferenças em relação aos outros espaços coletivos, mas não podemos negar que os ambientes digitais são também espaços nos quais valem nossos direitos e deveres, nossa liberdade para participar da vida social com todas as responsabilidades que ela exige.

Entre os vários aspectos relacionados à dinâmica desses novos ambientes públicos, é notável o desafio na mediação quando há a sobreposição de diferentes contextos interacionais, misturando as audiências e diluindo algumas das fronteiras entre o público e o privado, até então muito bem delimitadas nas relações não mediadas. Esses novos ambientes são palco para uma participação bastante ativa dos adolescentes, que aí desenvolvem relações, compartilham e formam suas visões de mundo e criam contextos próprios com relativa liberdade dos adultos responsáveis (BOYD, 2014). A própria possibilidade de liberdade em relação aos ambientes

controlados apenas pelos interesses dos adultos pode ser um aspecto positivo, desde que a mediação e educação para o autocuidado não seja confundida com controle e vigilância. Especialmente quando as cidades oferecem menos oportunidades de participação para crianças e adolescentes nos espaços públicos, esses novos ambientes permitem uma agência que até então era muito mais restrita para essa faixa etária (CASILLI, 2010). Porém o desafio é justamente conseguir dosar a gradativa ampliação da liberdade de crianças e adolescentes com a responsabilidade dos adultos na criação de ambientes seguros e saudáveis de acordo com as diferentes etapas de desenvolvimento. Simplesmente entrar nas mesmas redes dos filhos e alunos para monitorar suas interações não parece ser a melhor alternativa, uma vez que os adolescentes tendem a encontrar e criar novos espaços de interação entre pares, nos quais tenham maior capacidade de agência e delimitação das regras tácitas de uso.

Na Internet também é preciso pensar na liberdade de expressão, no direito ao lazer e à cultura, no direito à participação direta de adolescentes e jovens nas políticas públicas e no direito à privacidade. O fato de a maior parte dos espaços públicos das grandes cidades ser perigosa para as crianças, confinando-as aos espaços privados com a suposta proteção dos sistemas de segurança que restringem a liberdade, não é uma causa natural, mas reflexo do tipo de prioridade no planejamento urbano e na gestão das políticas públicas. Apesar de ainda serem relativamente abertos e flexíveis, os ambientes digitais também refletem o conjunto de sistemas de valores e práticas sociais da nossa sociedade. Nesse sentido, as inovações tecnológicas podem ser tanto catalisadoras de novas dinâmicas mais plurais, e com novas prioridades, quanto podem apenas reforçar e cristalizar as atuais condições hegemônicas. Se notadamente crianças e adolescentes estão cada vez mais engajados nos ambientes digitais, não é evidente que poderão, sozinhos, criar as condições para que seus direitos sejam priorizados e garantidos conforme previsto nos marcos legais.

Se não criarmos as condições para que a apropriação das tecnologias seja desenvolvida em um contexto de valorização da liberdade e autonomia relativas às crianças e adolescentes, dificilmente os chamados “nativos digitais” poderão desfrutar de melhores condições para o exercício de sua cidadania se estiverem apenas expostos a estratégias de controle e vigilância, especialmente quando o uso da rede se torna cada vez mais móvel e individualizado. Podemos aprender sozinhos a clicar, jogar e navegar, mas desenvolver capacidade crítica para fazer boas escolhas, praticar o autocuidado e exercer a cidadania exigem um forte diálogo intergeracional que nem os *sites* nem os dispositivos tecnológicos poderão ensinar por *default*.

## NATIVOS DIGITAIS? DE USUÁRIO A CIDADÃO DIGITAL, UM LONGO CAMINHO...

Para seguir com nossas considerações, precisamos pontuar que não adotamos um discurso determinista, apontando as tecnologias como principais responsáveis pelas radicais mudanças (positivas ou negativas) na infância e na adolescência. Ao contrário, consideramos necessária certa desmistificação dessa noção de “nativos digitais” e suas variações, que carregam em si muito mais a retórica de um discurso performativo-prescritivo do que descritivo sobre as atuais gerações de crianças e adolescentes (BUCKINGHAM, 2008; BRUNO; PEDRO, 2005). O fato de as novas gerações lidarem com muita facilidade com os dispositivos tecnológicos, sabendo ligar, ativar funções e mesmo criar ou estabelecer relações sem a ajuda de adultos é sem dúvida

notável e interessante. No entanto, precisamos ter cautela com certos discursos prescritivos que apontam qualidades inatas nessas novas gerações, supondo que sozinhas e “naturalmente” conseguem desfrutar das incríveis oportunidades que os dispositivos tecnológicos favorecem, trazendo à tona um novo espírito de colaboração, de trabalho em rede, de inovação, de empreendedorismo, sem que estes estejam relacionados ao repertório sociocultural daqueles que convivem com essa criança e que permitirão um uso mais ou menos complexo.

Um dos perigos na noção de “nativos digitais” é que ela acaba inibindo muitos pais, educadores e mesmo operadores do direito e gestores públicos a atuarem como mediadores no processo de apropriação social dessas novas tecnologias. Ao assumir que crianças e adolescentes “se viram sozinhos” ou se posicionar como de “outra época”, atores importantes na construção da realidade presente se consideram estrangeiros ao processo. Ora, as mudanças estão acontecendo agora, envolvendo todos nós e, independentemente da idade, cada um de nós tem um papel a desempenhar nessa reconfiguração sociocultural. Se as novas gerações conseguem aprender sozinhas a explorar as funções dos dispositivos, precisamos nos indagar se também conseguirão, sozinhas e “automaticamente”, desenvolver as noções de ética, de autocuidado, de respeito à vida e de liberdade. Nesse sentido, o tipo de mediação na apropriação das tecnologias pelas crianças parece um elemento vital. Mesmo sem conhecer detalhadamente as questões tecnológicas, acreditamos que pais, tios, avós e educadores (e os próprios pares) podem, sim, ensinar muito sobre respeito, sobre liberdade, sobre cuidado de si e dos próximos, ensinamentos que sem dúvida são úteis também nos ambientes digitais.

Oferecer condições de acesso com qualidade é um primeiro passo básico, mas não suficiente para que crianças e adolescentes tenham as condições para explorar as oportunidades e lidar com os eventuais riscos desses novos ambientes. Pensar as estratégias de formação para a apropriação das TIC pelas crianças e pelos adolescentes é um grande desafio, principalmente quando o ritmo das transformações técnicas é infinitamente mais veloz do que o dos programas educacionais. Além de usar os programas triviais de texto e planilhas, há um conjunto de competências para edição de imagens e vídeos, para qualificação das buscas temáticas *on-line*, interpretação e contextualização de informações, bem como para criação e compartilhamento de conteúdos que podem compor o leque de atividades escolares e de letramento digital, mesmo no âmbito mais técnico, que supomos ser dominado pelos “nativos digitais”, mas não o são.

Ainda na dimensão técnica, não podemos deixar de destacar a importância de um mínimo de conhecimento sobre a dinâmica de funcionamento da infraestrutura e arquitetura da Internet, por exemplo, com relação ao funcionamento dos códigos e algoritmos que fazem funcionar toda essa parafernália digital que naturalizamos nos usos cotidianos. Muito se discute atualmente sobre como ensinar a linguagem de programação para as crianças e a massificação da Internet das coisas. Talvez seja falaciosa a expectativa de que, ao ensinar linguagem de programação no currículo básico das escolas, estaremos estimulando o empreendedorismo digital e a revelação de novos “gênios” da informática. Porém, parece bastante pertinente que possamos, de alguma forma, ensinar às novas gerações a lógica de funcionamento desses equipamentos e dos ambientes digitais nos quais passam boas horas do dia. Nesse sentido, mais importante do que criar uma nova geração de programadores, esse tipo de conhecimento é vital para o que chamamos de letramento digital, pois, efetivamente, há um novo tipo de alfabeto em uso. Assim como ensinar matemática não significa automaticamente estimular os alunos a serem professores de matemática, há um conjunto de competências técnicas

que ainda escapam aos chamados “nativos digitais” e que poderiam ser catalizadores de uma apropriação cada vez mais complexa e participativa dos ambientes digitais. O mesmo podemos dizer sobre os princípios de governança da Internet e a arquitetura da rede de redes que é a Internet. Não visualizamos muita coerência no termo “nativo digital” quando seus usuários são totalmente alheios a muitos desses fundamentos básicos do meio digital, mesmo que o usem desde o berço.

A Internet não é mais nem menos perigosa do que outros espaços; ela reflete o que somos e o que fazemos como sociedade. Educar para a cidadania nos ambientes digitais remete a estratégias variadas de educação e que não dependem de equipamentos sofisticados, tampouco de professores de informática. Precisamos debater as noções básicas de respeito às diversidades, de cuidados e respeito com o corpo do outro, de liberdade de expressão e respeito à dignidade, destacando que os direitos são acompanhados por deveres, ambos previstos em lei e válidos para todos os ambientes nos quais nos relacionamos, inclusive aqueles mediados pelas atuais e futuras tecnologias digitais.

Em 2014, o Brasil passou a contar com um Marco Civil Regulatório da Internet<sup>3</sup>, que trata de direitos básicos e que pode gerar ótimas atividades e debates sobre os usos cotidianos. Da mesma forma, os dez princípios para a governança e uso da Internet no Brasil<sup>4</sup>, elaborados pelo Comitê Gestor da Internet, estão disponíveis em formato ilustrado para atividades educacionais com crianças e adolescentes dentro e fora das escolas.<sup>5</sup> Os educadores podem também se apropriar de debates contemporâneos, como a consulta pública para regulamentação do Marco Civil ou a discussão pública do Anteprojeto de Lei para a Proteção de Dados Pessoais<sup>6</sup>, como disparadores de uma abordagem mais proativa que ofereça a crianças e adolescentes mais do que apenas dicas de segurança, mas, sim, espaços efetivos de participação direta na construção desse ambiente de que tanto gostam e usam. Certamente, a apropriação desses debates não é trivial mesmo aos adultos, mas, justamente, esse tipo de desafio é que temos de enfrentar para que possamos ampliar a diversidade (e idade) das vozes que participam da construção do futuro da Internet, vista aqui como mais um bem comum que precisa da pluralidade de atores participando de sua governança. Nada disso é novidade se lembramos que a participação direta de crianças e adolescentes, bem como a prioridade absoluta de seus direitos humanos, já está prevista na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente em sintonia com as convenções internacionais.

A diversidade de *sites* de mobilizações de jovens em torno de causas sociais, os projetos comunitários que ganham força com a rede, os aplicativos e tecnologias inovadoras propostas por crianças e adolescentes, os *sites* de fortalecimento da democracia digital, as discussões sobre novas formas de tratamento dos direitos autorais, os novos canais de expressão de

<sup>3</sup> Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm)>. Acesso em: 1º dez. 2014.

<sup>4</sup> Princípios publicados pela Resolução do CGI.br/RES/2009/003/P em 2009. Disponível em: <<http://cgi.br/resolucoes/documento/2009/003>>. Acesso em: 1º dez. 2014.

<sup>5</sup> A versão ilustrada em quadrinho, adaptada pela SaferNet Brasil, e outros recursos educativos estão disponíveis em: <<http://new.netica.org.br/educadores/cartilhas>>. Acesso em: 1º dez. 2014.

<sup>6</sup> O anteprojeto foi aberto para debate e contribuição na própria Internet por meio de plataforma do Ministério da Justiça. Disponível em: <<<http://participacao.mj.gov.br/dadospessoais/texto-em-debate/anteprojeto-de-lei-para-a-protecao-de-dados-pessoais/>>>. Acesso em: 15 mar. 2014.

culturas até então excluídas dos espaços públicos, bem como as situações de intolerância, violência e abusos que ocorrem nos ambientes digitais estão aí, pulsando em nosso cotidiano e, sem dúvida, podemos aproveitá-los para avançar no debate sobre as estratégias de mediação que visam ao empoderamento das diferentes gerações de usuários da rede, para além da simples proteção e segurança dos mais novos (ou da manutenção do conforto dos mais velhos).

## PROTEGENDO E PROJETANDO AS LIBERDADES

Se os considerados “nativos digitais” não forem estimulados a valorizar seus próprios direitos e a exercer ativamente sua cidadania, não nos parece que teremos automaticamente um mundo melhor apenas por conta da massificação do uso das TIC. Tampouco faz sentido que os adultos apenas prescrevam os comportamentos esperados para as novas gerações de crianças e adolescentes. O tema da mediação intergeracional e da participação direta é um dos desafios, tanto do ponto de vista político quanto metodológico. Se usamos intensamente a Internet para as mais variadas experimentações pessoais, ainda não é tão intensa a apropriação da própria Internet como causa, como espaço de direitos e como espaço público não apenas para usar, mas também para cuidar e construir.

Como em outros momentos da história, inúmeras atrocidades são cometidas em nome da segurança, especialmente de crianças e adolescentes. Definitivamente, não nos parece produtivo contrapor liberdade *versus* segurança quando reconhecemos ambas como direitos fundamentais e simultaneamente necessárias. Ao conceber os ambientes digitais também como espaços de direitos, precisamos manter a atenção sobre quais são as prioridades e qual o tipo de participação está sendo propiciada para as novas gerações. Talvez mais urgente do que garantir a segurança de crianças e adolescentes que usam a Internet, precisemos pensar com eles as novas estratégias para que também a construam, desse modo, ajudando a projetar liberdades nesses novos ambientes híbridos que se configuram, mesclando concreto com *bits*, informação com objetos, cidades e corpos com algoritmos.

## REFERÊNCIAS

BAKARDJIEVA, M. The Internet in Everyday Life: Exploring the Tenets and Contributions of Diverse Approaches. In: NESS, C.; CONSALVO, M (Eds.). *The Handbook of Internet Studies*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2011. p. 01-08.

BAYM, N. K. *Personal Connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press, 2011.

BOYD, D. *Taken out of context: American teen sociality in networked publics* (PhD thesis). Berkeley: University of California, 2008.

———. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press, 2014.

BRUNO, F.; PEDRO, R. Entre Aparecer e Ser: tecnologia, espetáculo e subjetividade contemporânea. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Rio de Janeiro: UERJ, 2005.

BUCKINGHAM, D. (Ed.). *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge: The MIT Press, 2008. (MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning).

CASILLI, A. *Les liaisons numériques, Vers une nouvelle sociabilité?* Paris: Le Seuil, 2010.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET - CGI.br. *Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil – TIC Domicílios 2013*. São Paulo: CGI.br, 2013a. Disponível em: <<http://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores/>>. Acesso em: 01 dez. 2014.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2013b. Disponível em: <<http://www.cetic.br/pesquisa/kids-online/>>. Acesso em: 01 dez. 2014.

GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOGGIN, G. Youth culture and mobiles. *Mobile Media & Communication I*, n.1, p.83-88, 2013.

LIVINGSTONE, S. *Children and Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge: Polity, 2009.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. (Ed.). *Kids Online: Oportunities and risks for children*. Bristol: Policy, 2009.

LÜDERS, M. Why and how online sociability became part and parcel of teenage life. In: ESS, C.; CONSALVO, M (Eds.). *The Handbook of Internet Studies*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2011. p. 01-08.

THOMPSON, J. B. *A Mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2011

## CRIANÇAS DE 5 A 8 ANOS USUÁRIAS DE INTERNET: DESAFIOS E RECOMENDAÇÕES PARA PAIS E EDUCADORES

Miriam von Zuben<sup>1</sup>

### INTRODUÇÃO

Os avanços tecnológicos e as consequentes alterações comportamentais têm sido constantemente registrados pelas diversas pesquisas desenvolvidas pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) ao longo dos anos, em especial, pelas pesquisas TIC Domicílios (CGI.br, 2014a), TIC Crianças (CGI.br, 2011) e TIC Kids Online Brasil (CGI.br, 2013; 2014c). Os resultados desses estudos confirmam a percepção cotidiana de um observador mais atento de que o uso da Internet está disseminado entre os usuários brasileiros, principalmente por meio de dispositivos móveis (celulares, *smartphones* e *tablets*). Nos mais diferentes ambientes e nas diversas faixas etárias, verificam-se situações, muitas vezes inusitadas, de uso desses equipamentos e dessa tecnologia; e as crianças não estão excluídas desse contexto.

Este artigo relata algumas experiências com crianças na faixa etária de 5 a 8 anos que servem para ilustrar a complexidade desse cenário. Os diálogos apresentados são resultantes de experiência própria e dos relatos de pessoas próximas, transcritos da forma mais fiel possível.

Para auxiliar pais e educadores que convivem quase diariamente e de forma prática com esses novos desafios, este artigo também apresenta algumas recomendações de segurança, a maioria delas extraída da *Cartilha de Segurança para Internet*, produzida em 2012 pelo CERT.br, que é um documento com dicas sobre como o usuário de Internet deve se comportar para aumentar a sua segurança e proteger-se de possíveis ameaças.

---

<sup>1</sup> Analista sênior de segurança do CERT.br/NIC.br desde 2005, atua na área de resposta a incidentes e projetos. É a principal mantenedora da Cartilha de Segurança para Internet (<<http://cartilha.cert.br/>>) e desenvolve materiais relacionados à documentação, boas práticas de segurança e conscientização de usuários. É também instrutora dos cursos do CERT/CC, da Carnegie Mellon University, parte da curadoria de conteúdo de Segurança e Redes da *Campus Party* e especialista na pesquisa TIC Kids Online Brasil desde 2012.

## PRIMEIRO ACESSO

Na atualidade, os indivíduos que estão na faixa etária de 5 a 8 anos pertencem ao final da chamada geração Z e ao início da geração Alpha<sup>2</sup>. São justamente aqueles que cresceram junto com a popularização da Internet e dos dispositivos móveis. Para essas crianças, definir o momento em que ocorreu o primeiro acesso pode ser bastante difícil na medida em que ele tende a ocorrer cada vez mais cedo.

Ainda que a maior parte das crianças tenha relatado fazer o primeiro uso da Internet após os 9 anos de idade (65%), segundo os resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 (CGI.br, 2014c), há 8% de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos que acessaram a Internet pela primeira vez até os 6 anos de idade, e, também, 8% que não se lembram de quando isso ocorreu.

Para tentar entender o fato de alguns respondentes não se recordarem do primeiro acesso, podemos levantar algumas hipóteses e, com base nelas, supor que o número de crianças que acessaram a Internet antes dos 6 anos possa ser ainda maior. Algumas dessas hipóteses são:

- A distância entre o respondente e o acontecimento. Para adolescentes, por exemplo, pode ser difícil definir a idade do primeiro acesso, pois isso pode ter ocorrido há muito tempo;
- Crianças que começam a utilizar muito cedo a Internet podem não se recordar da idade em que isso ocorreu, pois ainda estavam em seus primeiros anos de vida;
- O conceito de uso da Internet pode não ser muito claro e, por isso, os respondentes podem não ter consciência de que a estavam acessando. Por exemplo, eles podem não entender a diferença entre assistir a um filme pela Internet ou em um DVD no computador.

## CONECTIVIDADE ONIPRESENTE

FIGURA 1

“Férias na casa da avó, espaço, bola ...  
O que o filho pergunta? ‘Lá tem Netflix?’”

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 (2014c) aponta que 57% das crianças que usam o celular para acessar a Internet o fazem usando conexão WiFi. É interessante observar que o uso da rede WiFi traz para as crianças a sensação de ter a Internet onipresente e ilimitada.

<sup>2</sup> A geração Z, também chamada de “geração Internet” ou “nativos digitais”, inclui os indivíduos que nasceram após 1990 e cresceram na época da popularização das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) e da Internet comercial. A geração Alpha inclui os que nasceram após 2010 e cresceram na época da popularização dos *tablets* e *smartphones* (MCCRINDLE, 2009).

Apesar de o uso de 3G e 4G ser maior (73%) entre esse público, essas redes ainda não oferecem a mesma percepção devido a problemas de cobertura e do próprio custo dos pacotes.

FIGURA 2

Filho questionado se havia gostado do hotel onde passou as férias.  
Resposta: “Não, não gostei, não tinha WiFi no quarto.”

Os ambientes onde as crianças passam a maior parte do tempo costumam oferecer o recurso de acesso WiFi, como se pode observar na pesquisa TIC Educação 2013 (2014b), segundo a qual 71% dos alunos possuem acesso à Internet no próprio domicílio, sendo que 62% acessam a rede por meio do telefone celular, 77% de casa e ainda 40% na escola.<sup>3</sup>

O uso intensivo da rede WiFi também pode ser observado no comportamento dos adultos, por meio do hábito de, ao chegar em locais públicos (bares, restaurantes, cabeleireiros, hotéis, etc.) ou privados (por exemplo, na casa de amigos), solicitar a senha de acesso à Internet.

## USO PRIVATIVO DA REDE

FIGURA 3

“O filho acorda, corre para a cama e para os braços da mãe.  
Qual a primeira frase a ser dita?  
Não, não é “bom dia mamãe”.  
Sim, é “o meu tablet já carregou?”

Uma das recomendações da Cartilha de Segurança para Internet, lançada em 2012 (CGI.br, 2012), é: “procure deixar o computador usado pelos seus filhos em um local público da casa (dessa forma, mesmo a distância, é possível observar o que eles estão fazendo e verificar o comportamento deles)”.

Essa recomendação, três anos após o lançamento da cartilha, já se encontra desatualizada. Observa-se, nas pesquisas TIC Kids Online Brasil (CGI.br, 2014c) e TIC Domicílios (CGI.br, 2014a), a tendência cada vez mais acentuada de uso privativo da Internet, em que o computador de uso compartilhado está sendo substituído por equipamentos de uso individual, como os *tablets* e celulares. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios 2013 (CGI.br, 2014a), a taxa de

<sup>3</sup> Considerando os alunos do 5º e 9º ano do Ensino Fundamental e do 2º ano do Ensino Médio usuários de Internet.

uso de computadores de mesa está em declínio, enquanto observa-se um aumento simultâneo do uso de *tablets*.

Este novo cenário de uso de equipamentos privativos e portáteis pode transformar as formas de mediação, pois torna mais difícil o acompanhamento dos pais baseado apenas na observação do comportamento. Com isso, o diálogo sobre os riscos de uso da Internet se torna cada vez mais essencial, visto que os pais nem sempre poderão estar presentes para orientar seus filhos.

## REDES SOCIAIS E JOGOS COMO MEIOS DE SOCIALIZAÇÃO

Elas ainda não nasceram, mas já possuem fotografias postadas nas redes sociais.<sup>4</sup> Ainda estão formando a personalidade, mas já têm perfil próprio.<sup>5</sup> Ainda não sabem escrever, mas já digitam, conversam e emitem opiniões *on-line*.

FIGURA 4

O filho perde finalmente seu primeiro dentinho. Alegria para ele e para os pais. Alegria a ser compartilhada com avós, padrinhos e amigos.

“Mãe, tira foto. Mãe, já postou? Mãe, alguém já comentou? Como é que ninguém curtiu ainda?”

Para alguns pais, expor os filhos na Internet pode ser algo bastante atrativo. Afinal, cada momento possui seu encanto; cada idade, as suas descobertas; e cada acontecimento pode ser fotografado, compartilhado, comentado e curtido. É necessário, porém, refletir sobre os limites de tal comportamento e os riscos que ele pode trazer, tanto para os pais como para essas crianças. Ao expor os filhos excessivamente na Internet, os pais podem colocá-los em riscos, como:

- Legado digital indesejado: muitos pais criam perfis em nome dos filhos e postam sobre eles. Alguns até fazem isso em primeira pessoa, interagindo como se a própria criança estivesse fazendo aquilo. Isso é adequado? Como diferenciar no futuro o que a criança postou daquilo que os pais escreveram? Como ela se sentirá lendo opiniões que não foram emitidas por ela?;

<sup>4</sup> Gillian Shaw *Social media babies: More than a third of Canadian moms post sonograms online*. Disponível em: <<http://blogs.vancouver.sun.com/2010/10/07/social-media-babies-more-than-a-third-of-canadian-moms-post-sonograms-online/>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

<sup>5</sup> Um estudo realizado pela Gerber com mães de 18 a 34 anos mostrou que 40% das respondentes criaram contas em redes sociais para seus filhos antes de eles terem completado um ano de vida. GERBER.com. *Gerber Nationwide Millennial Mom Survey*. Disponível em: <<http://news.gerber.com/news/gerberR-announces-2014-be-our-baby-photo-search>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

- Constrangimento público: até onde vai o direito dos pais de exporem a privacidade dos filhos? Onde começa o direito da criança de não querer ser exposta? A partir de que idade ela começa a ter direito à própria privacidade? Aquilo que para os pais é inocente, pode constranger a criança; aquilo que é privado, típico da relação entre pais e filhos, não precisa ser postado no perfil público da criança;
- Supervalorização da aprovação social: crianças estão em período de formação de personalidade, podem não ter maturidade emocional ou não saber lidar com a opinião, a desaprovação ou, até mesmo, o desprezo dos demais. Uma imagem compartilhada pode gerar na criança a expectativa de como será recebida e poderá ser frustrante caso a imagem não seja “curtida” ou compartilhada rapidamente ou, ainda, receba comentários negativos;
- Uso indevido das imagens por terceiros: a fotografia de uma criança nua ou seminua, tomando banho, brincando na praia ou sendo amamentada pode ser algo bastante inocente para os pais. Essa mesma fotografia pode ser encarada com outra conotação;
- Violência: expor a rotina dos filhos, com informações sobre onde eles estudam, de quais cursos participam, locais que frequentam ou qualquer imagem que possa indicar sinais de posses materiais pode colocá-los em risco. Nos noticiários, há relatos de casos de criminosos que escolhiam suas vítimas nas redes sociais<sup>6</sup>;
- Sequestro digital, *digital kidnapping*, *virtual kidnapping* ou, ainda, *baby role playing*<sup>7</sup>: não basta ter um bichinho virtual de estimação, algumas pessoas estão adotando crianças e cuidando delas como se fossem seus próprios filhos virtuais. Esse é um novo tipo de furto de identidade que vem acontecendo na Internet, em que fotografias de crianças postadas por seus pais estão sendo indevidamente usadas.

Algumas formas de sequestro digital que vêm ocorrendo são:

- Os “sequestradores” copiam as fotografias, criam um perfil falso em nome da criança e o utilizam para interagir com outras pessoas;
- Os “sequestradores” compartilham as fotografias como se fossem eles os verdadeiros pais da criança e escrevem comentários típicos da maternidade ou paternidade;
- Os “sequestradores” se colocam como agências virtuais de adoção, em que os pais interessados podem requisitar tipos específicos de bebês ou crianças, detalhando, por exemplo, a idade, a raça e a cor da pele, e a agência seleciona fotografias de possíveis candidatos à adoção.

<sup>6</sup> FACEBOOK. *Talk to your children about privacy in social networks.Now*. Disponível em: <<http://www.facebook.com/notes/eugene-kaspersky/talk-to-your-children-about-privacy-in-social-networks-now/10150169499355998>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

<sup>7</sup> YAHOO. *The disturbing Facebook trend of stolen kids photos*. Disponível em: <<https://www.yahoo.com/parenting/mom-my-son-was-digitally-kidnapped-what-112545291567.html>>. Acesso em 13 mar. 2015.

Segundo a pesquisa TIC Crianças 2010 (CGI.br, 2011), atividades lúdicas, principalmente os jogos *on-line*, são as mais citadas pelas crianças mais novas em relação ao uso da Internet. Nesse contexto, ainda que atividades de comunicação não sejam tão intensas, não podemos afirmar que não ocorram interações entre os usuários, pois elas podem acontecer por intermédio das próprias atividades lúdicas, em decorrência da dinâmica dos jogos. Além disso, os próprios jogos incentivam o uso diário por meio de artifícios, como recompensas para quem os acessa diariamente.

## RECOMENDAÇÕES DE SEGURANÇA PARA O USO DA REDE

O primeiro passo para se prevenir dos riscos relacionados ao uso da Internet é estar ciente de que ela não é “virtual”. Tudo o que ocorre ou é realizado por meio da Internet é real: os dados são reais, e as empresas/pessoas com as quais interagimos são as mesmas que estão fora dela. Dessa forma, os riscos aos quais estamos expostos ao usá-la são os mesmos presentes em nosso dia a dia, e os golpes que são aplicados por meio dela são similares àqueles que ocorrem na rua ou por telefone.<sup>8</sup>

É preciso, portanto, que levemos para a Internet os mesmos cuidados e as mesmas preocupações que temos no nosso dia a dia. É necessário ter consciência de que a Internet é um local público, no qual o grau de controle que se exerce sobre a divulgação das informações publicadas é muito baixo. Uma vez que informações sejam postadas, qualquer um na sua rede de contatos pode divulgá-las e dificilmente será possível apagá-las posteriormente.

## RECOMENDAÇÕES GERAIS

Para reduzir os riscos envolvendo o uso da Internet e proteger-se, é importante adotar uma postura preventiva e fazer com que a atenção à segurança seja um hábito incorporado à rotina, independentemente de questões como local, tecnologia ou meio utilizado. Essa postura preventiva deve ser mesclada com a aplicação de soluções técnicas que visam proteger os usuários das ameaças já conhecidas e para as quais já existem formas de prevenção. As soluções técnicas envolvem:

- Manter o computador e os dispositivos móveis seguros, com a versão mais recente de todos os programas instalados e com todas as atualizações aplicadas;
- Utilizar e manter atualizados mecanismos de segurança, como antivírus, *antispam*, *antimalware* e *firewall* pessoal<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Os riscos associados ao uso da Internet estão detalhados no Capítulo 1 - Segurança na Internet, em: COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (CGI.br). *Cartilha de Segurança para a Internet*. Publicada em 2012. Disponível em: <<http://cartilha.cert.br/>>. Acesso em: 7 mar. 2015.

<sup>9</sup> Mais detalhes sobre como proteger um computador podem ser encontrados no fascículo “Computadores”, disponível em: <<http://cartilha.cert.br/fasciculos/#computadores/>>, e no Capítulo 12, “Segurança de computadores”, em: COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL (CGI.br). *Cartilha de Segurança para a Internet*. Publicada em 2012. Disponível em: <<http://www.cartilha.cert.br/computadores/>>. Acesso em: 07 abr. 2015.

Algumas recomendações para ajudar a manter uma postura preventiva são:

- Ser cuidadoso ao clicar em *links*, independentemente de como foram recebidos e de quem os enviou;
- Não considerar que mensagens vindas de conhecidos são sempre confiáveis, pois o campo de remetente pode ter sido falsificado ou elas podem ter sido enviadas de contas falsas ou invadidas;
- Não abrir ou executar arquivos sem antes verificá-los com o antivírus;
- Ser cuidadoso ao elaborar senhas, selecionando senhas longas e evitando o uso de dados pessoais e de palavras que façam parte de listas publicamente conhecidas.

## CUIDADOS AO EXPOR OS FILHOS

Algumas recomendações para auxiliar pais a compartilharem os momentos agradáveis de seus filhos sem colocá-los em risco ou constrangê-los são:

- Respeitar a privacidade: crianças têm direito à privacidade e de não querer ser expostas;
- Respeitar a individualidade e a intimidade: deve-se evitar postar mensagens chamando os filhos por apelidos ou os tratando de forma constrangedora;
- A Internet é um lugar público, portanto não se deve dar broncas ou repreender os filhos por meio das redes sociais;
- Utilizar as configurações de privacidade: postar fotografias apenas para grupos de familiares ou amigos. Alguns aplicativos, como o Kidslink<sup>10</sup>, permitem criar grupos para compartilhamento de imagens que somente podem ser acessadas por quem possui o aplicativo instalado. Quando essas imagens são postadas em redes sociais, o aplicativo remove os metadados<sup>11</sup>, excluindo informações que possam identificar, por exemplo, onde foram tiradas (geolocalização).

---

<sup>10</sup> KIDSLINK: *share documents, photos, and moments safely in your circle*. Disponível em: <<http://www.mykidslink.com>>. Acesso em: 15 mar. 2015.

<sup>11</sup> Metadados são habitualmente definidos como “dados que descrevem outros dados” ou “dados sobre outros dados”. Os metadados de uma fotografia podem ser, por exemplo, o nome do autor, a resolução, os direitos autorais, as palavras-chave aplicadas a ela, o horário quando foi tirada e o local (geolocalização) onde foi tirada.

## RECOMENDAÇÕES PARA O USO DE REDES SOCIAIS POR CRIANÇAS

Recomenda-se respeitar as restrições de idade impostas pelas redes sociais, uma vez que o acesso a elas está associado a certos riscos. Como não há um controle imediato sobre o que as pessoas divulgam, crianças podem se deparar com mensagens ou imagens de conteúdo pornográfico, violento ou que incitem o ódio e o racismo. Caso, apesar dos riscos, os pais optem por manter o perfil dos filhos, é importante conscientizá-los, orientando-os<sup>12</sup>:

- A utilizarem as configurações de privacidade oferecidas pelas redes sociais;
- A não se relacionarem com estranhos e nunca fornecerem informações pessoais, sobre eles próprios ou sobre outros membros da família;
- A não divulgarem informações sobre hábitos familiares nem de localização (atual ou futura);
- A não repassarem nem escreverem mensagens que possam humilhar, ofender ou prejudicar alguém;
- A jamais marcarem encontros com pessoas estranhas (ou conhecidos apenas da Internet) sem estarem acompanhados de um adulto de confiança e sempre em lugares com bastante movimento;
- Sobre os riscos de uso da *webcam*, que não deve ser utilizada para comunicação com estranhos ou para transmitir imagens e vídeos para desconhecidos. Recomenda-se, ainda, informar imediatamente um adulto de confiança caso alguém solicite isso.

## RECOMENDAÇÕES PARA A INSTALAÇÃO DE JOGOS

Quando permitir que a criança possa escolher os jogos a serem instalados? Com que idade começa a ocorrer esse discernimento? Nessa faixa etária, o que costuma atrair as crianças é a parte gráfica, ou seja, quanto mais atrativo for o ícone do jogo, maiores são as chances de ele ser instalado. Além disso, logos de jogos ainda não disponíveis na plataforma podem ser usados por jogos maliciosos e, assim, confundir as crianças.

Como ensinar crianças a diferenciar um jogo oficial de um *malware*<sup>13</sup>? Tanto para os pais como para crianças – ainda não conscientes de todos os riscos –, essa é uma tarefa difícil. Caso não seja possível que a instalação de jogos seja feita em conjunto com a criança, é importante instruí-la. Algumas dicas que podem auxiliar são<sup>14</sup>:

<sup>12</sup> Mais dicas sobre como manter a privacidade e cuidados a serem tomados ao usar as redes sociais estão disponíveis nos fascículos “Privacidade”, disponível em: <<http://cartilha.cert.br/fasciculos/#privacidade>>, e “Redes Sociais”, disponível em: <[http://cartilha.cert.br/fasciculos/#redes\\_sociais](http://cartilha.cert.br/fasciculos/#redes_sociais)>. Além disso, a Campanha Internet Segura possui uma área específica com dicas úteis tanto para pais como para educadores, disponível em: <<http://internetsegura.br/ensinando-filhos-alunos/>>. Acesso em: 07 abr. 2015.

<sup>13</sup> *Malware*, ou código malicioso, é o termo genérico usado para se referir a programas desenvolvidos para executar ações danosas e atividades maliciosas em um computador ou dispositivo móvel. Ver: <[http://cartilha.cert.br/glossario/#codigo\\_malicioso](http://cartilha.cert.br/glossario/#codigo_malicioso)>. Acesso em: 15 mar. 2015.

<sup>14</sup> Essas e outras dicas sobre os riscos envolvendo programas de terceiros (*plug-ins*, complementos e extensões) estão disponíveis no Capítulo 6, “Outros riscos”, da Cartilha de Segurança para Internet, disponível em: <<http://cartilha.cert.br/riscos/>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

- Obter os jogos apenas de fontes confiáveis, como repositórios disponibilizados pelos sistemas operacionais ou *sites* dos fabricantes;
- Selecionar jogos com grande quantidade de usuários, que tenham sido bem-avaliados e possuam várias estrelas<sup>15</sup>;
- Ver os comentários de outros usuários sobre o jogo antes de instalá-lo;
- Verificar se as permissões necessárias para a instalação e execução são coerentes, ou seja, um jogo não necessariamente precisa ter acesso a dados pessoais;
- Denunciar aos responsáveis pelo repositório caso identifique algum jogo malicioso.

## CONCLUSÕES

FIGURA 5

*“Tablet do filho não está funcionando adequadamente. Para tentar resolver o problema, o pai usa a opção de recuperar as configurações de fábrica, alertando-o que ele perderá tudo que está gravado e terá que reinstalar e recomeçar os jogos. Mesmo assim o problema não resolve. O pai desconfia que é algo relacionado à interface WiFi e que, por isso, o tablet precisa ser levado a uma assistência técnica. Pai não tem tempo de levar ao conserto.*

*Primeiro dia: filho questiona várias vezes sobre o tablet.*

*Segundo dia: filho questiona, mas já não tão insistentemente.*

*Após uma semana: filho questiona esporadicamente e volta a ler e a brincar com os brinquedos outrora esquecidos.*

*Após duas semanas: já não questiona mais e apenas comenta às vezes sobre o problema e sobre os jogos. Ao ver que o irmão não tem mais o tablet, a irmã mais nova também, deixa o tablet de lado e volta aos antigos brinquedos”.*

Apesar da comodidade dos pais em permitir que os filhos estejam entretidos pelo uso das tecnologias, já se sabe que estabelecer o limite do que se constitui uma diversão saudável é mais difícil do que parece. Até que ponto os próprios pais não estão usando esses equipamentos como “babás eletrônicas”?

De acordo com o caso exemplificado, a partir do momento em que o equipamento não estava mais disponível, as crianças voltaram a praticar outras atividades típicas da idade,

<sup>15</sup> Muitos repositórios possuem sistema de classificação, baseado em quantidade de estrelas, concedidas de acordo com as avaliações recebidas. Quanto mais estrelas, melhor é a avaliação.

cessando disputas por vidas, uso da bateria e tempo de uso. O *tablet* passou a ser apenas mais um brinquedo como outro qualquer, agora, quebrado e esquecido no canto.

De modo geral, como conviver com esses desafios diários? Cada família tem seu jeito próprio de educar e lidar com as novas tecnologias. Se, para alguns, as formas de lidar com as situações ilustradas neste artigo podem soar muito liberais, para outros, elas são muito rígidas. Porém, independentemente da forma de educação, os desafios estão presentes em cada família e em cada escola. Tratar desses desafios não é algo que deva ser relegado ao futuro, pois as consequências já começam a ser sentidas.

## REFERÊNCIAS

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL - CGI.br. *Cartilha de Segurança para a Internet*. Publicada em 2012. Disponível em: <<http://ww.cartilha.cert.br/>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil – TIC Crianças 2010*. São Paulo: CGI.br, 2011. Disponível em: <<http://www.cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-da-informacao-e-da-comunicacao-no-brasil-tic-criancas-2010/>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. Disponível em: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil – TIC Domicílios e Empresas 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014a. Disponível em: <[http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC\\_DOM\\_EMP\\_2013\\_livro\\_eletronico.pdf](http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf)>. Acesso em: 13 mar. 2015.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas escolas brasileiras – TIC Educação 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014b. Disponível em: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-educacao-2013.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014c. Disponível em: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2015.

McCRINDLE, M.; WOLFINGER, E. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Austrália: UNSW Press, 2009.

**TIC KIDS ONLINE BRASIL  
2014**



# RELATÓRIO METODOLÓGICO TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014

## INTRODUÇÃO

O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), braço executivo do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), apresenta os resultados da terceira edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil.

A metodologia utilizada pela pesquisa está alinhada com o referencial desenvolvido pela rede EU Kids Online, liderada pela London School of Economics, o que permite a produção de estudos comparativos sobre o tema.

Realizada em todo o território nacional, a pesquisa TIC Kids Online Brasil visa entender riscos e oportunidades associados aos usos que crianças e adolescentes fazem da Internet e levanta indicadores por meio dos seguintes módulos temáticos:

- Módulo A: Perfil de uso da Internet;
- Módulo B: Atividades na Internet;
- Módulo C: Redes sociais;
- Módulo D: Habilidades para o uso seguro da Internet;
- Módulo E: Mediação;
- Módulo F: Consumo;
- Módulo G: Riscos e danos.

## OBJETIVOS DA PESQUISA

O principal objetivo da pesquisa TIC Kids Online Brasil é compreender de que forma a população de 9 a 17 anos de idade utiliza a Internet e como lida com os riscos e as oportunidades decorrentes desse uso.

Os objetivos específicos são:

- Entender como as crianças e os adolescentes acessam e utilizam a Internet e qual é a percepção deles em relação aos conteúdos acessados, bem como as oportunidades e os riscos *on-line*;
- Delinear as experiências, preocupações e práticas dos pais/responsáveis das crianças/adolescentes selecionados quanto ao uso da Internet por parte dos seus filhos ou tutelados.

## CONCEITOS E DEFINIÇÕES

- **Setor censitário:** Segundo definição do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para o Censo Demográfico, setor censitário é a menor unidade territorial formada por área contínua e com limites físicos identificados, em área urbana ou rural, com dimensão apropriada à realização de coleta de dados. O conjunto de setores censitários de um país cobre a totalidade do território nacional.
- **Escolaridade dos pais ou responsáveis:** Refere-se ao cumprimento de determinado ciclo formal de estudos. Se um indivíduo completou todos os anos de um ciclo com aprovação, diz-se que obteve o grau de escolaridade em questão. Assim, o aprovado no último nível do Ensino Fundamental obtém a escolaridade do Ensino Fundamental. A coleta do grau de instrução é feita em oito subcategorias, variando do Ensino Infantil ou analfabeto até o Ensino Superior completo ou além. Porém, para fins de divulgação, essas subcategorias foram agregadas em quatro classes: até Fundamental I, Fundamental II e Médio ou mais.
- **Renda familiar:** A renda familiar é dada pela soma da renda de todos os moradores do domicílio, incluindo o respondente. Para divulgação dos dados, foram estabelecidas quatro faixas de renda, iniciando-se pelo salário mínimo definido pelo Ministério do Trabalho e do Emprego, cujo valor para 2014 era de R\$ 724,00. A primeira faixa representa o ganho total do domicílio até um salário mínimo (SM), e a quarta faixa representa rendas familiares com mais de três salários mínimos.
  - Até 1 SM;
  - Mais de 1 SM até 2 SM;
  - Mais de 2 SM até 3 SM;
  - Mais de 3 SM.
- **Classe social:** O termo mais preciso para designar o conceito seria 'classe econômica'. Entretanto manteve-se 'classe social' para fins da publicação das tabelas e análises relativas a esta pesquisa. A classificação econômica é baseada no Critério de Classificação Econômica Brasil, conforme definido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep). A entidade utiliza para tal classificação a posse de alguns itens duráveis de consumo doméstico, mais o grau de instrução do chefe da família declarado. A posse dos itens estabelece um sistema de pontuação em que a soma para cada domicílio resulta na classificação como classes econômicas A1, A2, B1, B2, C, D e E. Para a análise dos dados, essas categorias foram sintetizadas em AB, C e DE.
- **Usuários de Internet:** São usuários de Internet as pessoas que usaram a rede ao menos uma vez nos três meses anteriores à pesquisa.

## POPULAÇÃO-ALVO

A população-alvo da pesquisa são as crianças e os adolescentes usuários de Internet com idades entre 9 e 17 anos.

## UNIDADE DE ANÁLISE E REFERÊNCIA

As unidades de referência da pesquisa são as crianças e os adolescentes usuários de Internet com idades entre 9 e 17 anos.

Os pais/responsáveis são uma unidade respondente, pois fornecem informações a respeito das crianças/adolescentes selecionados. Esses pais/responsáveis são uma unidade de análise, mas não são representativos da população de pais e responsáveis brasileiros, dada a forma em que foram selecionados para responder a pesquisa (associação com a unidade informante criança/adolescente).

## DOMÍNIOS DE INTERESSE PARA ANÁLISE E DIVULGAÇÃO

Os resultados são divulgados para domínios definidos com base nas variáveis e níveis descritos a seguir:

- **Região:** Corresponde à divisão regional do Brasil, segundo critérios do IBGE, nas macrorregiões Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste e Sul;
- **Sexo da criança ou adolescente:** Masculino ou feminino;
- **Escolaridade do pai ou responsável:** Corresponde à divisão nos níveis de escolaridade até Fundamental I, Fundamental II e Ensino Médio ou mais;
- **Faixa etária da criança ou do adolescente:** Corresponde à divisão das faixas de 9 a 10 anos, de 11 a 12 anos, de 13 a 14 anos e de 15 a 17 anos;
- **Renda familiar:** Corresponde à divisão da renda nas faixas de até 1 SM, mais de 1 SM até 2 SM, mais de 2 SM até 3 SM, mais de 3 SM;
- **Classe social:** Corresponde à divisão em AB, C ou DE.

## INSTRUMENTO DE COLETA

### INFORMAÇÕES SOBRE OS INSTRUMENTOS DE COLETA

Os dados foram coletados por meio de questionários com perguntas estruturadas e predefinidas (respostas únicas ou múltiplas). As crianças/adolescentes responderam a dois questionários diferentes: um aplicado presencialmente por um entrevistador (face a face) e outro de autopreenchimento. O questionário de autopreenchimento abrangeu assuntos mais sensíveis e foi projetado para que a criança ou o adolescente pudesse responder perguntas sem a interferência de outras pessoas, de modo a proporcionar um ambiente mais confortável para o respondente. Os questionários de autopreenchimento foram adaptados ao perfil das faixas etárias envolvidas na pesquisa, sendo uma versão destinada a crianças de 9 a 10 anos de idade e outra a crianças/adolescentes de 11 a 17 anos de idade.

Além do questionário projetado para crianças/adolescentes, a pesquisa incluiu um questionário específico para os pais/responsáveis, conforme ilustrado (Figura 1). Na edição de 2014, pela primeira vez, a coleta dos dados foi realizada por meio de questionários programados em *software* para *tablets*. Para as entrevistas aplicadas, o modo de coleta utilizado foi CAPI (*Computer-Assisted Personal Interviewing*) e, para as seções de autopreenchimento, CASI (*Computer-Assisted Self Interviewing*).

FIGURA 1  
INFORMAÇÕES SOBRE OS QUESTIONÁRIOS DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014

#### CRIANÇAS E ADOLESCENTES

##### TIPO DE QUESTIONÁRIO

###### APLICADO PELO ENTREVISTADOR (FACE A FACE)

- 9 a 17 anos

###### AUTOPREENCHIMENTO

- 9 a 10 anos
- 11 a 17 anos

##### CONTEÚDO

- Padrões de uso da Internet por parte da criança ou do adolescente
- Percepções sobre a mediação dos pais em relação aos riscos da Internet
- Experiência relativa aos riscos da Internet
- Modo de lidar com os riscos da Internet
- Percepções sobre a mediação dos pais ou responsáveis
- Fontes de educação, conselho e apoio

#### PAIS OU RESPONSÁVEIS

##### TIPO DE QUESTIONÁRIO

###### APLICADO PELO ENTREVISTADOR (FACE A FACE)

##### CONTEÚDO

- Demografia dos domicílios e acesso à Internet
- Experiências e atitudes dos pais acerca da Internet
- Percepções sobre o uso da Internet e a exposição a riscos da criança ou do adolescente selecionado
- Mediação dos pais em relação aos riscos da Internet para a criança ou o adolescente selecionado
- Fontes de educação, conselho e apoio

## ALTERAÇÕES NOS INSTRUMENTOS DE COLETA

A fim de aprimorar o instrumento de coleta e melhorar a compreensão dos respondentes sobre as questões aplicadas, a edição de 2014 realizou alterações em escalas de algumas perguntas, inclusão de itens e exclusão de questões, tanto no instrumento destinado a crianças/adolescentes quanto no de pais/responsáveis.

Especificamente no questionário aplicado a crianças e adolescentes de 9 a 17 anos (face a face), a TIC Kids Online Brasil introduziu uma nova escala de frequência para o uso de Internet nos módulos A e B. A escala passou a coletar as frequências: 'Mais de uma vez por dia', 'Pelo menos uma vez por dia', 'Pelo menos uma vez por semana', 'Pelo menos uma vez por mês' e 'Menos de uma vez por mês'. Além disso, esta edição coletou dados sobre habilidades específicas para o uso de telefones celulares e outros dispositivos móveis no módulo D.

No módulo F, foram excluídas perguntas abertas que abordavam aspectos como os tipos de propaganda ou publicidade que geraram situações de incômodo ou constrangimento à criança/adolescentes. Também foram excluídas perguntas abertas sobre publicidade em jogos na Internet e sobre a pesquisa de informações sobre marcas ou produtos na rede. Por fim, foi excluído o item 'Orkut' de todas as perguntas relacionadas a redes sociais, publicidade e atividades.

De forma geral, o questionário aplicado aos pais e responsáveis não sofreu grandes alterações. Assim como no instrumento de coleta aplicado a crianças/adolescentes, foi introduzida uma nova escala de frequência para o uso de Internet e excluído o item 'Orkut' das perguntas relacionadas a redes sociais.

Por fim, cabe destacar que não foram realizadas mudanças significativas nos questionários de autopreenchimento aplicados a crianças de 9 a 10 anos e a crianças/adolescentes de 11 a 17 anos.

## ENTREVISTAS COGNITIVAS E PRÉ-TESTES

Com o objetivo de entender o caminho cognitivo adotado pelos respondentes e a compreensão deles sobre os conceitos investigados, foram realizadas entrevistas cognitivas. Os resultados serviram de subsídio para a revisão dos questionários da pesquisa, principalmente no que se refere à adequação, à clareza e ao entendimento das perguntas. De maneira geral, o procedimento consistiu em apresentar o texto das questões e as alternativas, ouvir os comentários e sugestões de mudanças e testar novas formas de enunciados e alternativas de modo a encontrar a forma mais adequada para os respondentes.

Na edição de 2014 foram testados os questionários para crianças/adolescentes (tanto os de autopreenchimento quanto os aplicados face a face por um entrevistador) e os questionários para os pais/responsáveis. Foram realizadas 20 entrevistas cognitivas em São Paulo.

A amostra selecionada para as entrevistas foi composta por sete usuários de Internet com idades entre 9 e 10 anos e nove com idades entre 11 e 17 anos, bem como quatro pais/responsáveis com filhos ou tutelados nessa mesma faixa etária. Foram priorizados perfis de classes socioeconômicas C e D.

Adicionalmente, foram realizadas 22 entrevistas de pré-teste em São Paulo para testar a fluidez do questionário, avaliar o tempo necessário para aplicá-lo, a complexidade relacionada ao preenchimento do questionário e também para ajustar questões e categorias de respostas. Foram realizadas 11 entrevistas com pais/responsáveis usuários e não usuários de Internet, duas entrevistas com crianças com idades entre 9 e 10 anos, além de outras nove com crianças/adolescentes com idades entre 11 e 17 anos.

## PLANO AMOSTRAL

O plano amostral da pesquisa TIC Kids Online Brasil descreve todos os aspectos relativos à especificação e à seleção da amostra, incluindo os cadastros utilizados, o desenho da amostra e os procedimentos de seleção e ponderação da amostra.

## CADASTROS E FONTES DE INFORMAÇÃO

A fonte de dados utilizada para obter informações sobre a população de 9 a 17 anos de idade para fins do desenho amostral foi o Censo 2010 do IBGE, base para a seleção aleatória de municípios e setores censitários.

## DIMENSIONAMENTO DA AMOSTRA

Definiu-se um plano amostral de até 3 mil crianças e adolescentes, contendo o mesmo número de entrevistas com seus respectivos pais ou responsáveis.

Para definir a alocação dos 300 setores nos municípios e dos 136 municípios no Brasil, foi levada em conta uma distribuição proporcional ao total da população entre 9 e 17 anos de idade. Alguns dos municípios são considerados autorrepresentativos na amostra, ou seja, são incluídos na amostra obrigatoriamente. Ao todo, 24 estratos geográficos foram construídos para alocação da amostra (capitais, regiões metropolitanas e interior em áreas urbanas e rurais). Foi estimada a realização de dez entrevistas por setor (amostra inversa) e um mínimo de dois setores por municípios, não havendo substituições de nenhuma das unidades selecionadas.

## ALOCAÇÃO DA AMOSTRA

A alocação da amostra para a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 foi realizada considerando a taxa de resposta da pesquisa anterior e o tamanho da população de 9 a 17 anos de idade, com um ajuste não proporcional em cada estrato. Esse ajuste foi realizado com o objetivo de reduzir a não resposta em alguns estratos.

TABELA 1  
DISTRIBUIÇÃO DAS ENTREVISTAS, POR REGIÃO E ESTRATO

Região	Estrato TIC	Amostra de municípios	Amostra de setores censitários
<b>Norte</b>		<b>19</b>	<b>40</b>
1	Rondônia/Roraima/Acre/Amapá/Tocantins	6	12
2	Amazonas – Total	4	10
3	Pará – Total	9	18
<b>Nordeste</b>		<b>39</b>	<b>80</b>
4	Maranhão – Total	5	10
5	Piauí – Total	3	6
6	Ceará – Total	5	12
7	Pernambuco – Total	6	12
8	Rio Grande do Norte – Total	3	6
9	Paraíba – Total	3	6
10	Alagoas – Total	3	6
11	Sergipe – Total	3	6
12	Bahia – Total	8	16
<b>Sudeste</b>		<b>40</b>	<b>94</b>
13	Minas Gerais – Região Metropolitana de Belo Horizonte	2	8
14	Minas Gerais – Interior	10	18
15	Espírito Santo – Total	3	6
16	Rio de Janeiro – Região Metropolitana do Rio de Janeiro	4	14
17	Rio de Janeiro – Interior	4	6
18	São Paulo – Região Metropolitana de São Paulo	5	20
19	São Paulo – Interior	12	22
<b>Sul</b>		<b>23</b>	<b>46</b>
20	Paraná – Total	9	18
21	Santa Catarina – Total	5	10
22	Rio Grande do Sul – Total	9	18
<b>Centro-Oeste</b>		<b>15</b>	<b>40</b>
23	Mato Grosso/Mato Grosso do Sul – Total	7	14
24	Goiás – Total	7	14
25	Distrito Federal – Total	1	12

## SELEÇÃO DA AMOSTRA

O desenho amostral da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 observou os princípios básicos da teoria da amostragem, tais como conglomerados, estratificação e seleção com probabilidades desiguais para posterior seleção de unidades.

O plano amostral da pesquisa considerou amostragem por conglomerados em quatro estágios, sendo realizada seleção de município e setores censitários pelo método de probabilidade proporcional a uma medida de tamanho (PPT) e, por fim, seleção sistemática de domicílios e aleatória simples de crianças ou adolescentes.

- Primeiro estágio (seleção de municípios): Estratificação por região geográfica e seleção sistemática de municípios em cada estrato com probabilidade proporcional ao tamanho. A medida de tamanho utilizada foi o total de crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos nos municípios.
- Segundo estágio (seleção do setor censitário): Seleção sistemática dos setores censitários com probabilidade proporcional ao tamanho. A medida de tamanho utilizada foi o total de crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos nos setores censitários.
- Terceiro estágio (seleção dos domicílios): Seleção sistemática de domicílios nos setores censitários selecionados considerando arrolamento a partir de um ponto inicial e salto pré-definido.
- Quarto estágio (seleção de crianças/adolescentes): Seleção aleatória de uma criança ou um adolescente elegível (entre 9 e 17 anos e usuário de Internet). A seleção do pai/responsável que respondeu à pesquisa foi intencional, baseada na identificação do indivíduo que apresentasse maiores conhecimentos sobre o cotidiano de uso da Internet daquelas crianças e adolescentes selecionados aleatoriamente.

## SELEÇÃO DE MUNICÍPIOS

O primeiro estágio da seleção da amostra – a seleção dos municípios – envolveu uma seleção sistemática dentro dos estratos TIC definidos (ver Tabela 1).

Foram formados dois ou três estratos de municípios. O critério utilizado foi a divisão político-administrativa do território brasileiro, composto por 27 unidades federativas (UF), incluindo o Distrito Federal. Essas unidades foram subdivididas em grupos menores no caso de três dos 27 estados (São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais), enquanto outros foram agrupados (Rondônia, Roraima, Acre, Amapá e Tocantins; Mato Grosso e Mato Grosso do Sul). Todos os municípios localizados fora dessas áreas foram considerados municípios do interior.

- O Estrato 1 foi formado pelas 27 capitais das unidades federativas brasileiras.
- O Estrato 2 foi formado por três regiões metropolitanas (RM): São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Os Estratos 1 e 2 foram incluídos com certeza na amostra. A distribuição das entrevistas dentro da região metropolitana foi proporcional ao tamanho da população dos municípios em cada região.

- O Estrato 3 foi formado por todos os municípios que não se enquadram nos Estratos 1 e 2 e denominado de interior. Os municípios foram selecionados pelo método PPT, bem como com base na estratificação implícita por mesorregião, a fim de assegurar que a amostra incluísse municípios com menor chance de serem selecionados. Isso garantiu o espalhamento das entrevistas.

#### SELEÇÃO DOS SETORES CENSITÁRIOS

Os setores censitários foram selecionados para cada um dos municípios do primeiro estágio. Empregou-se o método de estratificação implícita utilizando o código de setor censitário, cuja composição possui códigos da UF, cidade, distrito, subdistrito e bairro. Após a estratificação implícita, a seleção foi feita com base no método PPT.

#### SELEÇÃO DOS DOMICÍLIOS

Em cada setor censitário, os domicílios a serem abordados foram selecionados com base em amostragem sistemática considerando arrolamento a partir de um ponto inicial e salto pré-definido. O salto foi estimado com base na pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013.

Considera-se na contagem para seleção sistemática os domicílios particulares permanentes e ocupados. Os seguintes estabelecimentos são arrolados, porém não são considerados na seleção:

- Domicílios cujos moradores são todos estrangeiros;
- Domicílios vagos ou casas de veraneio;
- Comércio, igrejas ou escolas;
- Demolição ou domicílios em construção;
- Domicílios não encontrados.

#### SELEÇÃO DOS RESPONDENTES

Após a seleção e a identificação dos domicílios elegíveis – aqueles com usuários de Internet na faixa etária de 9 a 17 anos –, as entrevistas eram realizadas com a criança ou o adolescente e um dos pais ou responsáveis. No caso de famílias com mais de um filho na mesma faixa etária, o critério utilizado para escolher a criança ou o adolescente a ser entrevistado foi a data do próximo aniversário, ou seja, elegia-se a criança ou o adolescente cujo aniversário estava mais próximo.

## COLETA DE DADOS EM CAMPO

### DATA DE COLETA

A pesquisa de campo foi realizada entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

### PROCEDIMENTOS E CONTROLE DE CAMPO

Os seguintes materiais de apoio foram utilizados em campo, com a finalidade de comunicar os objetivos da pesquisa aos entrevistados selecionados e melhorar a taxa de resposta:

- Foi criado um *hotsite* com dúvidas frequentes (*FAQ website*)<sup>1</sup>;
- Foram enviadas cartas aos residentes, síndicos de prédios residenciais e delegados de polícia para descrever a pesquisa, explicar a sua importância e fornecer contatos para maiores informações;
- Uma vez concluída a pesquisa, folhetos desenvolvidos pelo Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil (Cert.br) com dicas de segurança na Internet foram distribuídos aos entrevistados.

### PERFIL DA AMOSTRA

A pesquisa foi realizada com 4.210 respondentes, sendo 2.105 crianças e adolescentes usuários de Internet e 2.105 pais ou responsáveis. As entrevistas foram realizadas em 2.105 domicílios em todo o Brasil.

A seguir, descreve-se o perfil da amostra de domicílios e usuários de Internet de 9 a 17 anos de idade.

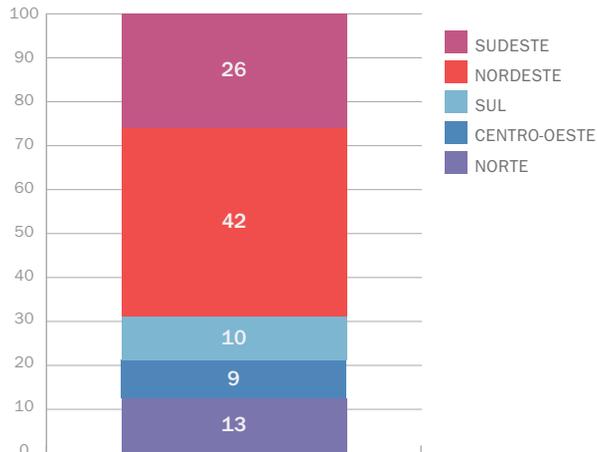
---

<sup>1</sup> Ver: <<http://www.cetic.br/pesquisa/kids-online/faq>>.

## REGIÃO

Sobre a localização geográfica dos domicílios, 26% estavam localizados na região Sudeste do país, 42% na região Nordeste, 10% na região Sul, 9% na região Centro-Oeste e 13% na região Norte.

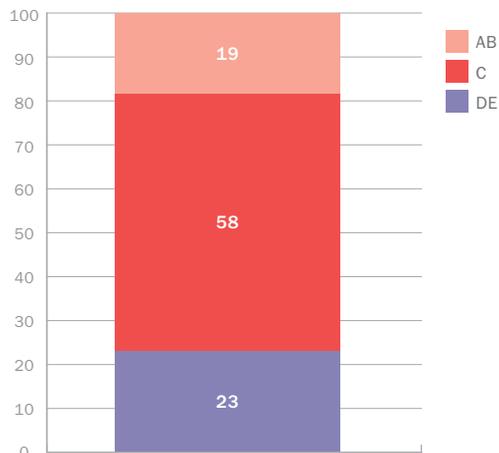
GRÁFICO 1  
PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO REGIÃO



## CLASSE SOCIAL

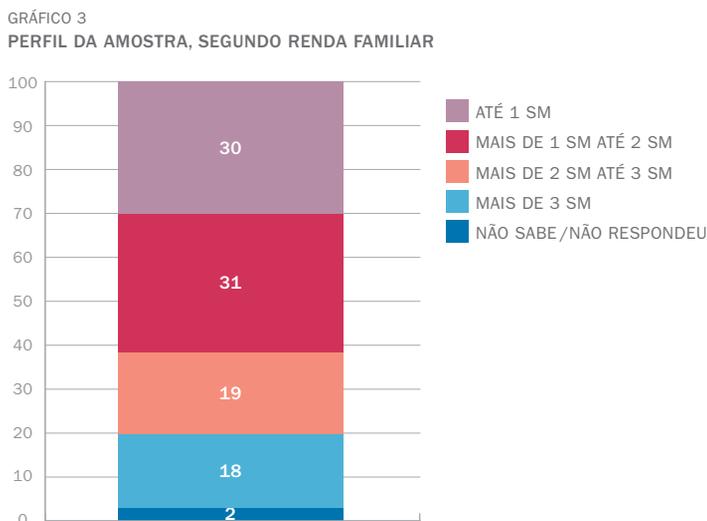
Em relação ao perfil dos domicílios por classe social – com base no critério de classificação social da Abep –, observa-se que 58% dos domicílios se enquadravam na classe C, 19% na classe AB e 23% na classe DE.

GRÁFICO 2  
PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO CLASSE SOCIAL



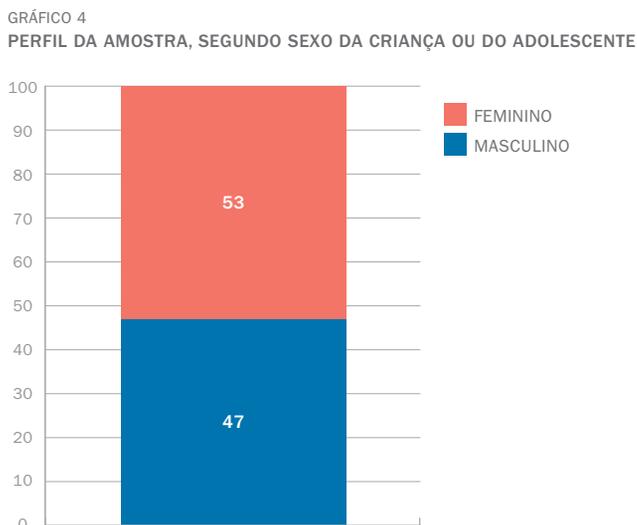
## RENDA FAMILIAR

Os dados sobre a renda familiar mostram que 30% dos domicílios entrevistados apresentam renda familiar de até um salário mínimo. Outros 31% apresentam mais de um a dois salários mínimos, enquanto 19% dos domicílios estavam na classe de mais de dois a três salários mínimos, 18% com renda de mais de três salários mínimos e 2% não souberam informar ou não responderam.



## SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE

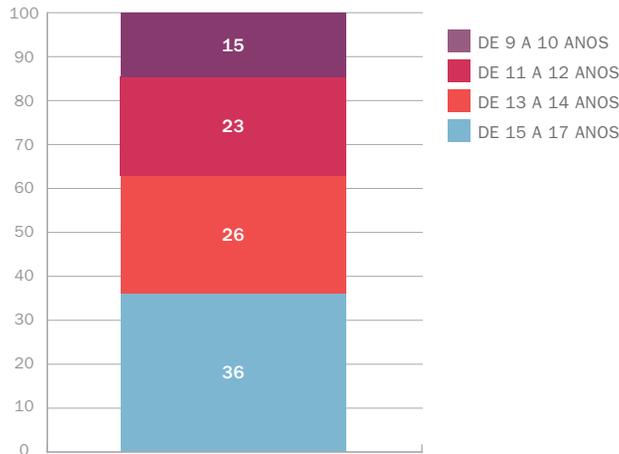
Entre as crianças e adolescentes entrevistados em todo o Brasil, 53% eram do sexo feminino e 47% do sexo masculino.



### FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE

A distribuição obtida por faixa etária foi de 15% da amostra entre 9 e 10 anos, 23% entre 11 e 12 anos, 26% entre 13 e 14 anos, e os 36% restantes correspondiam a entrevistados entre 15 e 17 anos.

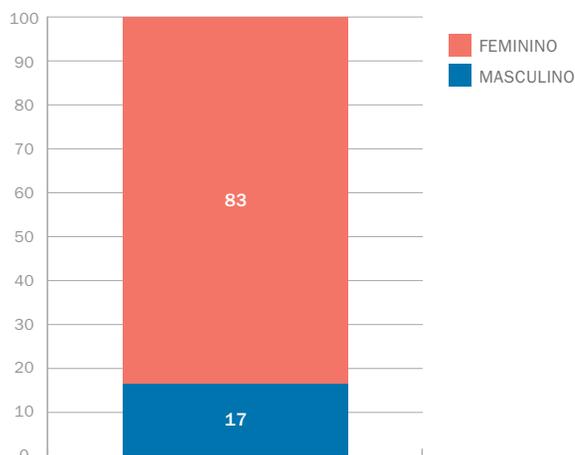
GRÁFICO 5  
PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE



### PAIS OU RESPONSÁVEIS

Quanto aos pais/responsáveis, a distribuição das entrevistas contou com 83% de respondentes do sexo feminino e 17% do sexo masculino. Vale lembrar que o conjunto de pais/responsáveis respondentes não é representativo da população de pais/responsáveis brasileiros, já que a seleção foi intencional e baseada na identificação do indivíduo que apresentasse maiores conhecimentos sobre o cotidiano de uso da Internet das crianças e dos adolescentes.

GRÁFICO 6  
PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO SEXO DO PAI OU RESPONSÁVEL ENTREVISTADO



## PROCESSAMENTO DE DADOS

### PROCEDIMENTOS DE PONDERAÇÃO

#### PONDERAÇÃO DOS MUNICÍPIOS E SETORES CENSITÁRIOS

O peso amostral básico de cada unidade de seleção – município e setor censitário – foi calculado separadamente para cada estrato, considerando a seleção com probabilidade proporcional ao tamanho em número de habitantes de 9 a 17 anos segundo Censo Demográfico de 2010.

#### PONDERAÇÃO DOS MUNICÍPIOS

Em cada estrato construído, 25 no total, as capitais das unidades da federação foram selecionadas com probabilidade 1, isto é, obrigatoriamente fazem parte da amostra.

Sendo assim, o peso básico de cada município em cada estrato da amostra é dado pela fórmula:

$$w_{hi} = \begin{cases} 1 & \text{se é município da capital;} \\ \frac{T_h}{n_h \times t_{hi}} & \text{caso contrário.} \end{cases}$$

Onde:

$w_{hi}$  é o peso básico, igual ao inverso da probabilidade de seleção, do município  $i$  no estrato  $h$ ;

$T_h$  é o total das medidas de tamanho dos municípios não autorrepresentativos no estrato  $h$ ;

$n_h$  é o total da amostra de municípios, excluindo os autorrepresentativos, no estrato  $h$ ;

$t_{hi}$  é a medida de tamanho do município  $i$  no estrato  $h$ .

Ao todo 129 municípios tiveram informantes da pesquisa – entre 136 selecionados. Foi realizada uma correção de não resposta nos pesos dos municípios respondentes para compensar a perda dos municípios selecionados que não responderam.

A correção de não resposta aplicada é dada pela fórmula:

$$w_{hi}^* = \begin{cases} w_{hi} \times \frac{S_h^s}{S_h^r} & \text{se é município não era autorrepresentativo;} \\ \frac{n_{ph}}{n_{ph}^e} & \text{caso contrário.} \end{cases}$$

Onde:

$w_{hi}^*$  é o peso com correção de não resposta do município  $i$  no estrato  $h$ ;

$S_h^s$  é a soma total de pesos dos municípios selecionados no estrato  $h$ ;

$S_h^r$  é a soma total de pesos dos municípios respondentes no estrato  $h$ ;

$n_{ph}$  é o total de municípios autorrepresentativos da amostra no estrato  $h$ ;

$n_{ph}^e$  é o total de municípios autorrepresentativos respondentes no estrato  $h$ .

#### PONDERAÇÃO DOS SETORES CENSITÁRIOS

Em cada município selecionado para a pesquisa, no mínimo 2 setores censitários foram escolhidos. A seleção foi feita com probabilidade proporcional ao tamanho do setor censitário em número de habitantes com 9 a 17 anos de idade. Ao todo, 300 setores censitários foram selecionados para amostra.

Sendo assim, o peso básico de cada setor censitário em cada município da amostra é dado pela fórmula:

$$w_{hij} = \frac{T_{hi}}{n_{hi} \times t_{hij}}$$

Onde:

$w_{hij}$  é o peso básico, igual ao inverso da probabilidade de seleção, do setor censitário  $j$  do município  $i$  no estrato  $h$ ;

$T_{hi}$  é o total das medidas de tamanho dos setores censitários do município  $i$  no estrato  $h$ ;

$n_{hi}$  é o total da amostra de setores censitários no município  $i$  no estrato  $h$ ;

$t_{hij}$  é a medida de tamanho do do setor censitário  $j$  do município  $i$  no estrato  $h$ .

Ao todo, 251 setores censitários tiveram informantes da pesquisa – entre 300 selecionados. Foi realizada uma correção de não resposta nos pesos dos setores censitários respondentes para compensar a perda dos setores censitários selecionados que não responderam.

A correção de não resposta aplicada é dada pela fórmula:

$$w_{hij}^* = w_{hij} \times \frac{S_{hi}^s}{S_{hi}^r}$$

Onde:

$w_{hij}^*$  é o peso com correção de não resposta do setor censitário  $j$  do município  $i$  no estrato  $h$ ;

$S_{hi}^s$  é a soma total de pesos dos setores censitários selecionados no município  $i$  no estrato  $h$ ;

$S_{hi}^r$  é a soma total de pesos dos setores censitários respondentes no município  $i$  no estrato  $h$ .

### PONDERAÇÃO DOS DOMICÍLIOS

Nos setores censitários selecionados a seleção de domicílios se deu de forma sistemática com salto variável. O objetivo era entrevistar 10 domicílios com população de interesse em cada setor censitário.

O primeiro fator da construção de pesos dos domicílios corresponde à estimativa do total de domicílios no setor censitário com população elegível para a pesquisa. Essa estimativa é:

$$E_{hij} = \frac{D_{hij}^E}{D_{hij}^A} \times D_{hij}$$

Onde:

$E_{hij}$  é a estimativa do total de domicílios elegíveis no setor censitário  $j$  do município  $i$  do estrato  $h$ ;

$D_{hij}^E$  é o total de domicílios elegíveis abordados no setor censitário  $j$  do município  $i$  no estrato  $h$ ;

$D_{hij}^A$  é o total de domicílios abordados no setor censitário  $j$  do município  $i$  no estrato  $h$ ;

$D_{hij}$  é o total de domicílios no setor censitário  $j$  do município  $i$  no estrato  $h$ ;

O segundo fator corresponde ao total de domicílios elegíveis com pesquisa realizada no setor censitário  $j$  do município  $i$  do estrato  $h$ :

$$D_{hij}^{RE}$$

O peso de cada domicílio no setor censitário  $j$  do município  $i$  do estrato  $h$  é dado por:

$$w_{hijD} = \frac{E_{hij}}{D_{hij}^{RE}}$$

### PONDERAÇÃO DOS INFORMANTES EM CADA DOMICÍLIO

Em cada domicílio participante do levantamento um informante elegível na faixa etária de interesse foi selecionado para a pesquisa. Sendo assim, para domicílios com  $k$  informantes, o peso do informante é  $k$ .

### PESO FINAL DE CADA REGISTRO

O peso final de cada registro da pesquisa é dado pela multiplicação dos pesos de cada etapa da construção da ponderação.

$$w_{hijDk} = w_{hi}^* \times w_{hij}^* \times w_{hijD} \times k$$

## ERROS AMOSTRAIS

As margens de erro levam em consideração o plano amostral estabelecido para a pesquisa.

Foi utilizado o método do conglomerado primário (do inglês, *ultimate cluster*) para estimação de variâncias para estimadores de totais em planos amostrais de múltiplos estágios. Proposto por Hansen, Hurwitz e Madow (1953), o método considera apenas a variação entre informações disponíveis no nível das unidades primárias de amostragem (UPA) e pressupõe que elas tenham sido selecionadas da população com reposição.

Com essa ideia simples, pode-se considerar a estratificação e a seleção com probabilidades desiguais tanto para as unidades primárias quanto para as demais unidades de amostragem. As premissas para a utilização desse método são: que haja estimadores não viciados dos totais da variável de interesse para cada um dos conglomerados primários selecionados; e que pelo menos dois deles sejam selecionados em cada estrato (se a amostra for estratificada no primeiro estágio).

O método fornece a base para vários pacotes estatísticos especializados em cálculo de variâncias considerando o plano amostral.

A partir das variâncias estimadas optou-se por divulgar os erros amostrais expressos pela margem de erro. Para a divulgação, as margens de erros foram calculadas para um nível de confiança de 95%. Isso indica que os resultados com base nessa amostra são considerados precisos, dentro do intervalo definido pelas margens de erro, 19 de cada 20 vezes. Assim, se a pesquisa fosse repetida várias vezes, em 95% delas o intervalo poderia conter o verdadeiro valor populacional. Normalmente, também são apresentadas outras medidas derivadas dessa estimativa de variabilidade, tais como erro padrão, coeficiente de variação e intervalo de confiança.

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

## DISSEMINAÇÃO DOS DADOS

Os resultados desta pesquisa são apresentados de acordo com as variáveis descritas no item *Domínios de interesse para análise e divulgação*.

Nas tabelas que possuem a nota “Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa ‘sim’”, o indicador foi coletado com as alternativas “sim”, “não” e também é possível que o respondente não saiba ou não responda, embora tenha se optado por apresentar apenas o resultado obtido na alternativa “sim”.

No caso de alguns resultados, o arredondamento provocou que a soma das categorias parciais diferisse de 100% para perguntas de resposta única. A soma das frequências nas perguntas de respostas múltiplas pode exceder 100%.

Os dados e resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 estão publicados em livro e são disponibilizados no *site* do Cetic.br – <<http://www.cetic.br>> – com o objetivo de fornecer informações ao governo, a acadêmicos e a outros interessados.

## REFERÊNCIAS

BOLFARINE, H.; BUSSAB, W. O. *Elementos de amostragem*. São Paulo: Blucher, 2005.

COCHRAN, W. G. *Sampling Techniques*. 3.ed. Nova Iorque: John Wiley & Sons, 1977.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2015.

HANSEN, M. H.; HURWITZ, W. N.; MADOW, W. G. *Sample Survey Methods and Theory*. Nova Iorque: Wiley, 1953. v.I.

KISH, L. *Survey Sampling*. Nova Iorque: Wiley, 1965.

LONDON SCHOOL OF ECONOMICS. *EU Kids Online: Enhancing Knowledge Regarding European Children's Use, Risk and Safety Online*. Disponível em: < <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

VASCONCELLOS, M. T. L.; NASCIMENTO SILVA, P. L.; SZWARCOWALD, C. L. Sampling design for the World Health Survey in Brazil. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 21, s. 1, p. S89-S99, 2005.

## ANÁLISE DOS RESULTADOS TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014

### APRESENTAÇÃO

Os indicadores sobre o uso da Internet no Brasil nos últimos 10 anos têm mostrado que crianças e adolescentes acessam a Internet em proporções acima da média da população como um todo. Entre os usuários da rede no país, 22% possuem entre 10 e 17 anos, o correspondente a 20,7 milhões de brasileiros – valores que dão a dimensão da relevância do engajamento desse público na Internet (CGI.br, 2015).

A ampliação do acesso representa uma fonte de oportunidades sem precedentes no que se refere ao acesso à informação e ao direito à liberdade de expressão de crianças e adolescentes. Benefícios podem ser reconhecidos em dimensões como participação, criatividade e comunicação (ÓLAFSSON; LIVINGSTONE; HADDON, 2014).

Ao mesmo tempo, a rede gera uma série de riscos que devem ser considerados. Entre eles, estão o acesso a conteúdos inadequados (tais como conteúdos pornográficos, violentos e de ódio), contatos nocivos com adultos (a exemplo dos casos de assédio sexual na rede) e comportamentos problemáticos (em que as crianças ou os adolescentes são vítimas ou agentes em situações de *bullying* ou violação de privacidade).

Com o objetivo de ampliar o debate sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) realizou a terceira onda da pesquisa TIC Kids Online Brasil. A investigação segue o referencial metodológico desenvolvido pela rede europeia EU Kids Online<sup>1</sup>, liderada inicialmente pela London School of Economics and Political Science e que permite a produção de análises comparativas entre os países participantes.

O objetivo principal da pesquisa é ampliar o conhecimento sobre as experiências e práticas de crianças e adolescentes no que diz respeito aos riscos e oportunidades do uso da Internet.

O relatório a seguir apresenta os principais resultados observados na pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014, bem como traz comparação com os principais indicadores dos estudos realizados nos anos anteriores, dentro das seguintes temáticas:

---

<sup>1</sup> Mais informações sobre os parâmetros da pesquisa em: <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>.

- Acesso e uso da Internet;
- Atividades *on-line*;
- Práticas de comunicação e redes sociais;
- Consumo e exposição à publicidade;
- Habilidades para o uso crítico da rede;
- Riscos e danos;
- Mediação por pais ou responsáveis.

# TIC

## KIDS ONLINE BRASIL

# 2014

### DESTAQUES



#### USO DA INTERNET POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES

O acesso à Internet por meio de dispositivos móveis teve um aumento significativo em 2014: 82% das crianças e adolescentes usuárias de Internet acessaram a rede pelo telefone celular, enquanto essa proporção era de 53% em 2013. O uso de *tablets* para acesso à Internet também aumentou: 32% das crianças e adolescentes usuários de Internet fazem uso da rede por meio de *tablets*. Ao mesmo tempo, o acesso via computadores de mesa teve uma diminuição: em 2014, era utilizado por 56% das crianças e adolescentes.



#### REDES SOCIAIS E OUTRAS ATIVIDADES ON-LINE

A proporção de crianças e adolescentes brasileiros que possuem perfil próprio em rede social se mantém estável (79%). O uso de mensagens instantâneas apresentou aumento de 25 pontos percentuais em relação à edição anterior. Sobre as outras atividades realizadas por crianças e adolescentes, destacam-se usar Internet para fazer trabalhos escolares (68%), para pesquisas (67%) e para ouvir música (50%).

#### HABILIDADES PARA O USO CRÍTICO DA INTERNET

Uma parcela considerável dos usuários de Internet entre 11 e 17 anos sabe bloquear as mensagens de uma pessoa (64%). Além disso, 58% declaram saber encontrar informações de como usar a Internet com segurança, um acréscimo de 13 pontos percentuais em relação a 2013.



#### MEDIAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

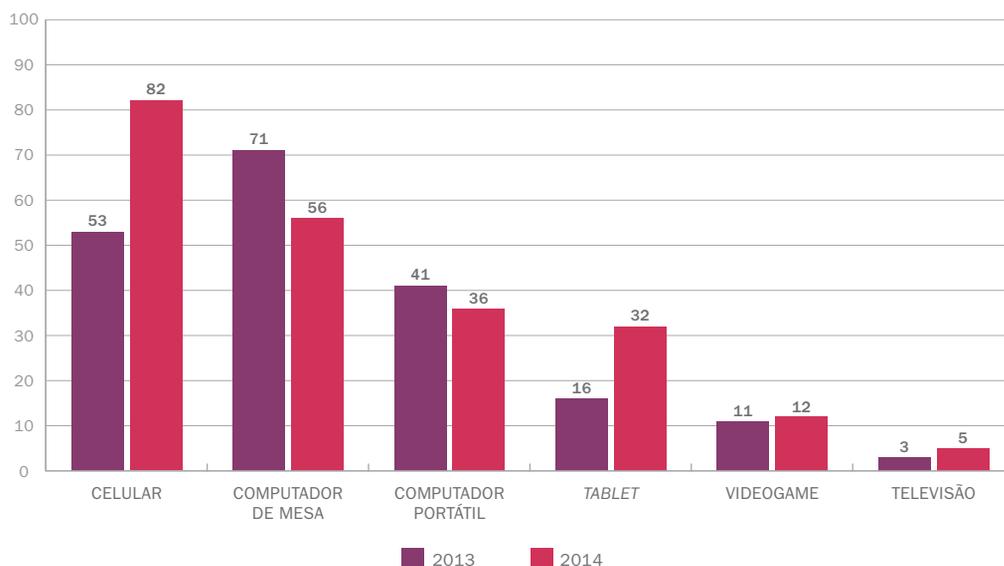
É possível observar um aumento nas orientações que os pais e responsáveis costumam dar aos jovens: 70% afirmam ficar por perto enquanto os filhos utilizam a Internet e 81% conversam sobre como usar a Internet com segurança. Em 2013, essas proporções eram de 64% e 69%, respectivamente. Informações sobre uso seguro da Internet são obtidas em canais como televisão, rádio, jornais ou revistas. Metade dos pais citam esses meios de comunicação.

## PERFIL DE ACESSO E USO DA INTERNET

Ao longo dos últimos anos, consolidou-se ao redor do mundo uma tendência de crescimento do uso de Internet por meio de dispositivos móveis – o que tornou a rede mais acessível a crianças e adolescentes e tem modificado de forma importante a experiência delas *on-line* (VINCENT, 2015).

Segundo dados da TIC Kids Online Brasil 2014, 82% dos usuários de Internet de 9 a 17 anos declararam ter acessado a Internet por meio de um telefone celular. Isso representou um aumento de 29 pontos percentuais na utilização desse equipamento em relação ao ano anterior, e aponta, pela primeira vez, o celular como o principal dispositivo de acesso à rede no Brasil. Seguindo a mesma tendência de mobilidade, os acessos por *tablets* dobraram em comparação à edição anterior do estudo: 16%, em 2013, e 32%, em 2014 (Gráfico 1).

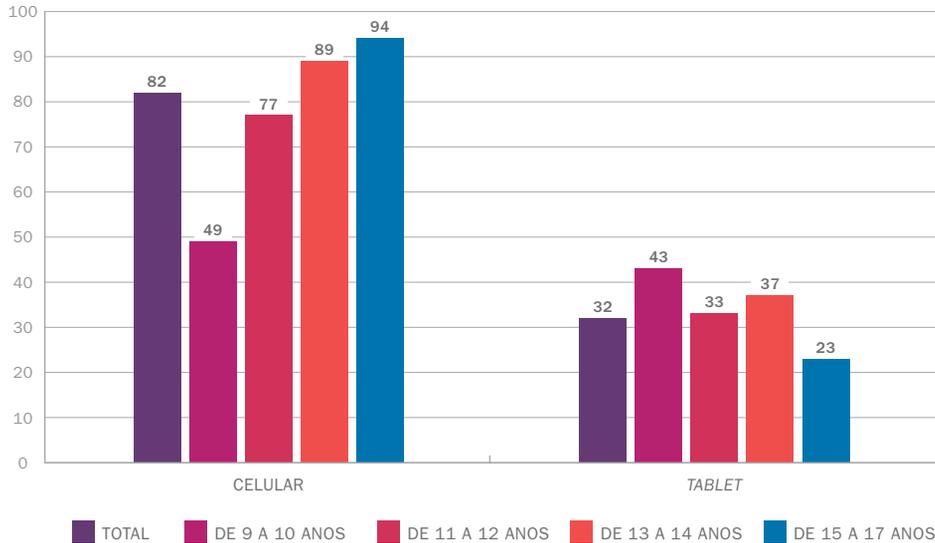
GRÁFICO 1  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET (2013-2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



A pesquisa também aponta uma correlação entre o uso de telefones celulares para acesso à Internet e a faixa etária das crianças e adolescentes. Das crianças com idades entre 9 a 10 anos, 49% utilizam o celular para acessar a rede. Essa proporção aumenta consideravelmente entre os jovens de 11 a 12 anos (77%), entre aqueles com idade entre 13 e 14 anos (89%) e, principalmente, entre os jovens usuários de Internet entre 15 e 17 anos (94%).

Já os *tablets* possuem maior adesão entre crianças mais novas. Na faixa de 9 a 10 anos, o uso desse dispositivo para acesso à rede chega a 43%, enquanto entre adolescentes de 15 a 17 anos é de 23%, como mostra o Gráfico 2.

GRÁFICO 2  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET, POR FAIXA ETÁRIA (2014) - TELEFONE CELULAR E TABLET  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



O percentual de uso de telefones celulares para acessar a Internet é bastante semelhante em todas as classes sociais. Nas classes mais altas (AB), 84% das crianças e adolescentes utilizaram o celular para navegar na *web*. Na classe C, esse percentual é de 81% e, na classe DE, de 79%. Isso indica uma penetração importante dos telefones celulares entre os usuários de todas as classes socioeconômicas.

O acesso via computador de mesa apresentou uma queda de 15 pontos percentuais em relação ao último ano. Passou de 71%, em 2013, para 56% em 2014. O percentual de crianças e adolescentes usuários de computadores portáteis também decresceu: de 41%, em 2013, para 36%, em 2014.

O movimento de queda na utilização dos dispositivos fixos e o correspondente aumento do uso dos dispositivos móveis e pessoais são compatíveis com o comportamento verificado para o restante da população. Segundo dados da pesquisa TIC Domicílios, 47% dos brasileiros com 10 anos ou mais usaram Internet pelo telefone celular em 2014 – o que já representa, em números absolutos, 81,5 milhões de pessoas (CGI.br, 2015).

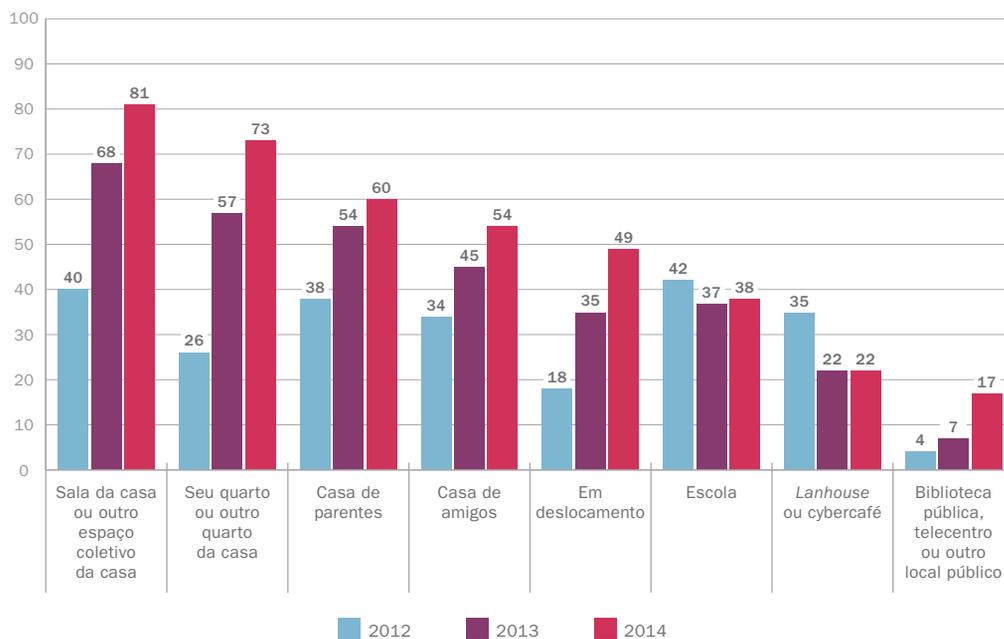
### LOCAL DE ACESSO À INTERNET

Com relação ao local de acesso, os espaços coletivos do domicílio continuam sendo aqueles mais utilizados para acessar a Internet – essa é a resposta mencionada por 81% das crianças e jovens usuários de Internet (Gráfico 3).

Entretanto, o percentual de utilização da Internet em ambientes privativos tem aumentado substancialmente nos últimos anos – o que também pode estar associado ao crescimento do uso de dispositivos móveis (VINCENT, 2015). De 2013 para 2014, houve um acréscimo de

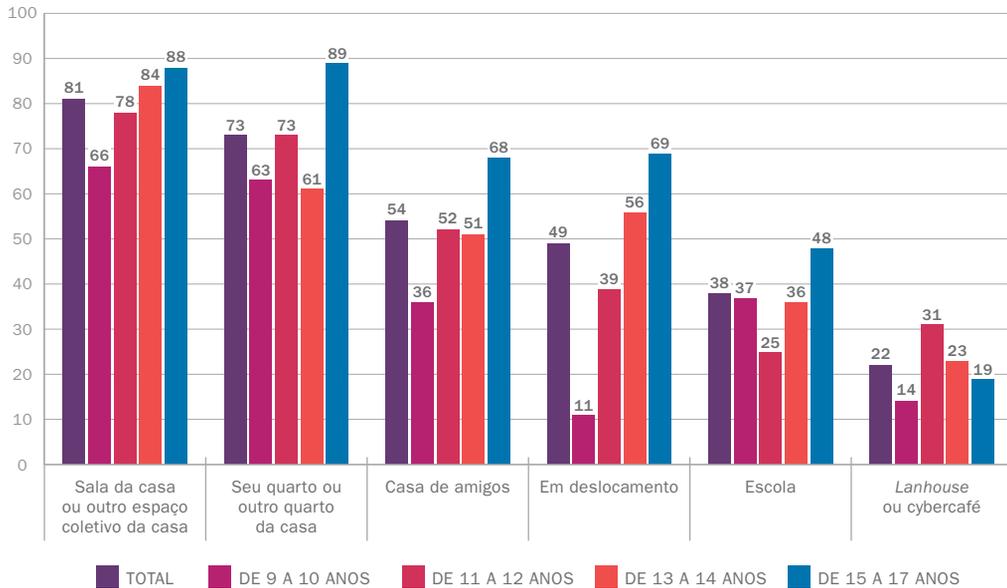
16 pontos percentuais no acesso à rede feito nos quartos ou em outros ambientes privativos da casa. Esse percentual é significativamente mais alto na classe AB (80%), ainda que os resultados verificados nas classes C (72%) e DE (64%) também apontem um crescimento importante.

GRÁFICO 3  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET (2012 - 2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



O local de acesso também guarda relação com a idade: quanto maior a faixa etária da criança ou adolescente maior é o percentual de utilização da Internet em ambientes privativos (Gráfico 4). Cabe ressaltar que a possibilidade de a criança acessar a Internet em um local privativo não significa que o uso da rede não seja mediado pelos pais ou responsáveis. O novo cenário, contudo, adiciona complexidade às estratégias parentais para regulação do uso que seus filhos ou tutelados fazem da rede, desde as formas mais ativas até as mais restritivas de mediação (MASCHERONI; CUMAN, 2014).

GRÁFICO 4  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET, POR FAIXA ETÁRIA (2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Observa-se crescimento de acesso em praticamente todos os tipos de localidades investigados pela pesquisa, exceto em duas: nas escolas e nas *lanhouses*. O acesso nas escolas permaneceu praticamente estável entre 2013 e 2014, sendo que o indicador não apresenta diferenças significativas entre as classes sociais. Tal resultado indica que existem desafios importantes para a adoção da Internet em processos de ensino-aprendizagem nas escolas brasileiras – o que também é constatado ao longo dos últimos cinco anos pela pesquisa TIC Educação (CGI.br, 2015).

O acesso em *lanhouses* ou *cybercafés* permaneceu estável: 22% nos dois últimos anos. Embora o resultado tenha permanecido o mesmo, esse tipo de espaço ainda cumpre um papel importante na inclusão digital de crianças e adolescentes de classe DE, já que 35% delas acessam a Internet por esse local. O percentual é de apenas 15% na classe AB.

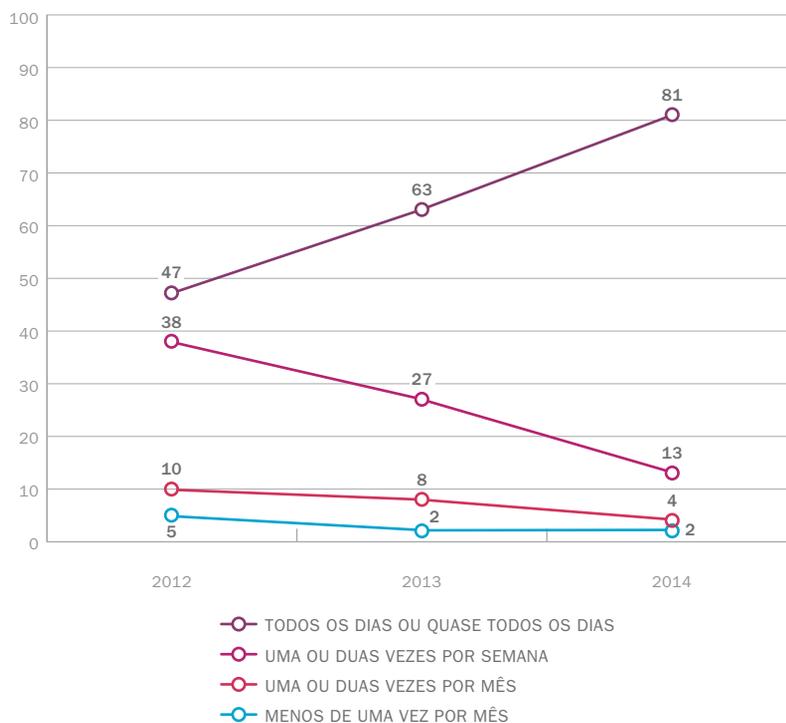
## FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET

A frequência de uso da Internet tem se ampliado nos últimos anos entre os brasileiros. Segundo apontou a pesquisa TIC Domicílios em 2014, do total de indivíduos de 10 anos ou mais que são usuários de Internet, 80% o fazem diariamente (CGI.br, 2015).

Especificamente no caso das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos, usar a Internet todos os dias ou quase todos os dias já é uma realidade para 81% delas, 18 pontos percentuais a mais do que o verificado na pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 (Gráfico 5).

O uso diário da Internet pelas crianças e adolescentes também é influenciado pela idade: entre os mais jovens (9 a 10 anos), 64% afirma usar pelo menos uma vez por dia, enquanto entre os adolescentes de 15 a 17 anos essa proporção é de 87%.

GRÁFICO 5  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET  
(2012 - 2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Também foram encontradas diferenças importantes na frequência de uso por classe socioeconômica: entre as crianças e adolescentes da classe AB, 92% afirmaram utilizar a Internet pelo menos uma vez por dia, enquanto essa proporção é significativamente menor nas classes C e DE, 82% e 62%, respectivamente.

O tempo que a criança passa na Internet também é outro fator relevante para identificar o seu perfil de uso. Durante os dias de semana, 23% dos jovens permanecem na Internet por mais de quatro horas por dia, sendo que, entre os jovens de 15 a 17 anos, esse percentual é de 37%. Nos finais de semana, a proporção de jovens que permanecem mais de quatro horas na Internet por dia é mais alto, 41%. Em 2013, esse índice era de apenas 19%.

Podemos observar que também existem diferenças significativas quanto ao tempo de uso entre as classes socioeconômicas. Enquanto na classe AB o percentual de jovens que ficam na Internet por mais de quatro horas nos dias de semana é de 35%, na classe DE apenas 11% se encontram nessa condição. A mesma diferença observa-se nos finais de semana, quando 48% da classe AB e 32% da classe DE afirmam ficar mais de quatro horas conectados à Internet por dia. Cabe ressaltar que indicadores de frequência e tempo de uso estão associados ao crescimento do acesso à rede por meio de dispositivos móveis, o que tem sido avaliado como uma rápida mudança no ambiente midiático e de importância cada vez menor na distinção entre os mundos *on-line* e *off-line* (HASEBRINK, 2014).

## ATIVIDADES ON-LINE

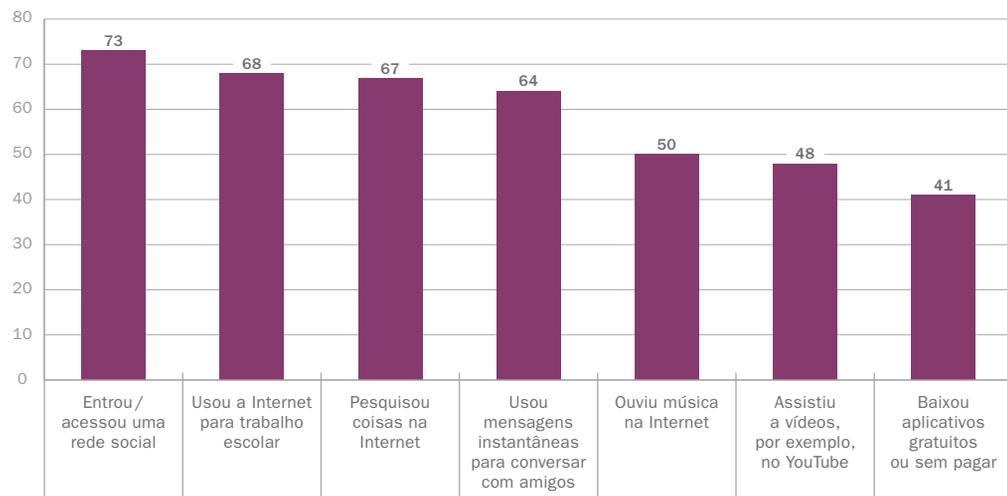
As atividades de comunicação e entretenimento seguem entre as mais realizadas por crianças e adolescentes na Internet. Estudos desenvolvidos no contexto europeu indicam que tais atividades contam com um engajamento ainda maior de crianças e adolescentes usuários de *smartphones*, em especial por ser um dispositivo portátil, sempre à mão e de uso mais privativo (MASCHERONI; CUMAN, 2014).

Portanto, para além do acesso e dispositivos utilizados, é fundamental entender quais são as atividades e comportamentos de crianças e adolescentes na rede. A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 mostra, por um lado, que as práticas de comunicação possuem grande destaque entre as atividades realizadas (Gráfico 6). Acessar uma rede social aparece como a atividade mais citada pelos jovens brasileiros conectados à rede (73%). Também registrou crescimento o uso da rede para o envio de mensagens instantâneas – 64% declararam realizar essa atividade em 2014, enquanto em 2013 o índice era de 39%.

As atividades relacionadas à busca de informações e conteúdos também são mencionadas com destaque pelos jovens: 68% afirmam utilizar a Internet para trabalhos escolares e 67% mencionam o uso para pesquisas. Por sua vez, atividades como ouvir músicas (50%) e assistir a vídeos (48%) também apresentaram resultados significativos. Atividades relacionadas ao consumo foram reportadas com menor intensidade, uma vez que 5% declararam ter pagado por *downloads* de aplicativos e 4% afirmaram ter comprado pela Internet.

Além disso, atividades relacionadas à criação e ao compartilhamento de conteúdos – que podem ser associadas a um exercício mais proativo da liberdade de expressão na rede – também foram abordadas pela pesquisa: 43% dos jovens postaram fotos, vídeos ou músicas em redes sociais ou mensagens instantâneas.

GRÁFICO 6  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS –  
ATIVIDADES SELECIONADAS (2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Os tipos de atividades realizadas apresentam variações quando analisadas por faixa etária e classe socioeconômica. No caso das diferenças etárias, é possível observar que atividades relacionadas a jogos apresentam uma maior incidência nas crianças mais novas. Jogar sozinho foi citado como atividade desenvolvida por 67% das crianças de 9 a 10 anos, enquanto essa proporção foi de apenas 25% nos jovens entre 15 e 17 anos. Criar um personagem ou um bicho de estimação foi mencionado por apenas 19% dos jovens entre 15 e 17 anos, enquanto a proporção é o dobro (38%) entre as crianças de 9 a 10 anos.

Usar mensagens instantâneas para conversar com amigos também apresentou uma diferença significativa segundo as faixas de idade: 82% das crianças e adolescentes com idade entre 15 e 17 anos citam a atividade, enquanto este percentual é de 37% na faixa de 9 a 10 anos.

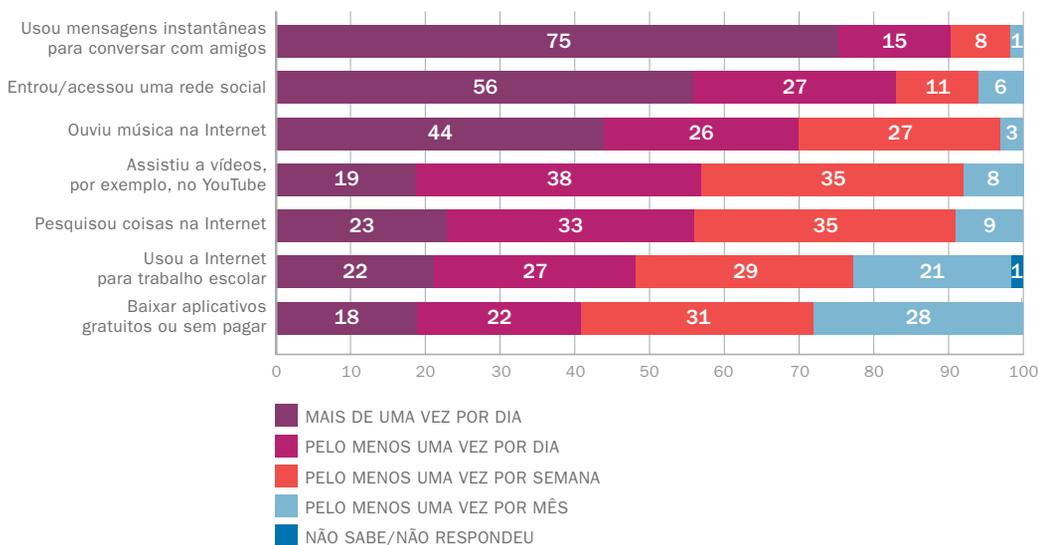
Com relação à classe socioeconômica, é possível observar um equilíbrio na maior parte das atividades, ainda que possam ser observadas algumas desigualdades, especialmente para atividades que demandam maior velocidade de conexão à rede. Enquanto o uso de *sites* de transferências de arquivos ou *downloads* é realizado por 36% dos jovens da classe AB, nas classes C (9%) e DE (5%) essa proporção é significativamente menor. Além disso, 62% das crianças e adolescentes da classe AB afirmam assistir a vídeos, enquanto na classe DE a proporção de crianças e adolescentes que realizam esse tipo de atividade é de apenas 29%.

Não foram encontradas, na maioria das atividades analisadas, diferenças significativas segundo o sexo. Contudo, assim como observado em 2013, as atividades relativas a jogos *on-line*, continuam sendo mais realizadas por meninos. Enquanto 38% dos meninos afirmaram jogar com outras pessoas na Internet, essa proporção é de apenas 15% entre as meninas.

A TIC Kids Online Brasil 2014 também abordou a frequência com que os jovens de 11 a 17 anos realizam as atividades na Internet.<sup>2</sup> É possível observar que atividades relacionadas a formas de comunicação e interação social são as realizadas com maior frequência pelas crianças e adolescentes (Gráfico 7). O envio de mensagens instantâneas é a que obteve maior frequência: 75% afirmam realizar a atividade mais de uma vez por dia.

<sup>2</sup> Para uma análise mais apurada dos hábitos das crianças e adolescentes, foi criada uma nova categoria de resposta em relação à frequência das atividades: "Mais de uma vez por dia", como tentativa de desagregar ainda mais a informação sobre a intensidade da prática de determinadas atividades. A frequência de realização de atividades não foi investigada na faixa de 9 a 10 anos.

GRÁFICO 7  
**PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET PARA CADA ATIVIDADE REALIZADA NO ÚLTIMO MÊS – ATIVIDADES SELECIONADAS (2014)**  
 Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos que usaram a Internet para realizar cada atividade



Atividades relacionadas a entretenimento também apresentaram alta frequência: 70% dos jovens afirmam ouvir música pelo menos uma vez por dia ou mais de uma vez por dia. Outros 37% declaram jogar com outras pessoas mais de uma vez por dia.

Já os usos da Internet para realizar tarefas escolares (49% realizam diariamente) e para pesquisa (56% realizam diariamente), apesar de serem comumente citadas, não estão entre as mais frequentes.

## PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS

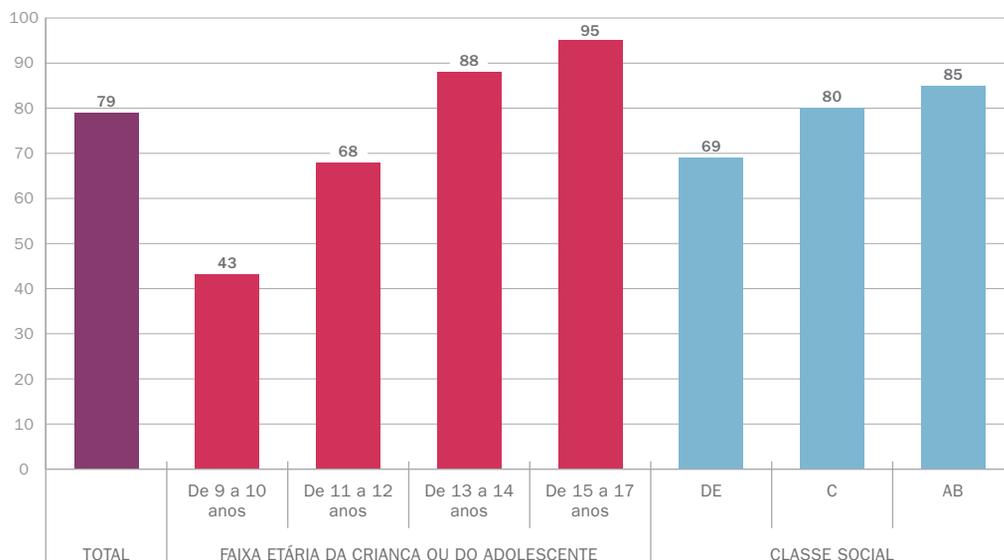
A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 também confirma a tendência das redes sociais *on-line* de se manterem como expressivas e importantes, sendo que 79% das crianças e adolescentes usuários de Internet afirmam que possuem perfil próprio em ao menos uma rede social. Podemos observar que, quanto maior a idade da criança, maior é o acesso às redes sociais: enquanto 95% dos adolescentes de 15 a 17 anos possuem perfil próprio em uma rede social, esse percentual é de apenas 43% entre as crianças de 9 a 10 anos (Gráfico 8).

Por outro lado, o indicador também mostra que as restrições de idade estabelecidas pelas principais plataformas não necessariamente limitam o acesso desse público.<sup>3</sup> Estudo comparativo entre o cenário nacional e os de mais sete países europeus aponta que o Brasil apresenta o maior percentual de crianças de 9 a 10 anos com perfil próprio em redes sociais (SOZIO et al, 2015).

<sup>3</sup> O Facebook restringe em 13 anos a idade para criação de uma conta. Mais informações em: <<https://pt-br.facebook.com/help/157793540954833>>.

GRÁFICO 8  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL PRÓPRIO EM REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL (2014)

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



O Facebook continua sendo a rede social mais acessada pelos jovens: 78% afirmam possuir perfil nessa rede social, sendo que para 69% ela é a plataforma mais utilizada. Entretanto, podemos observar um uso emergente do Instagram (24%) e do Twitter (15%). A menção a “outras redes sociais” também teve uma incidência significativa em 2014 (9%).

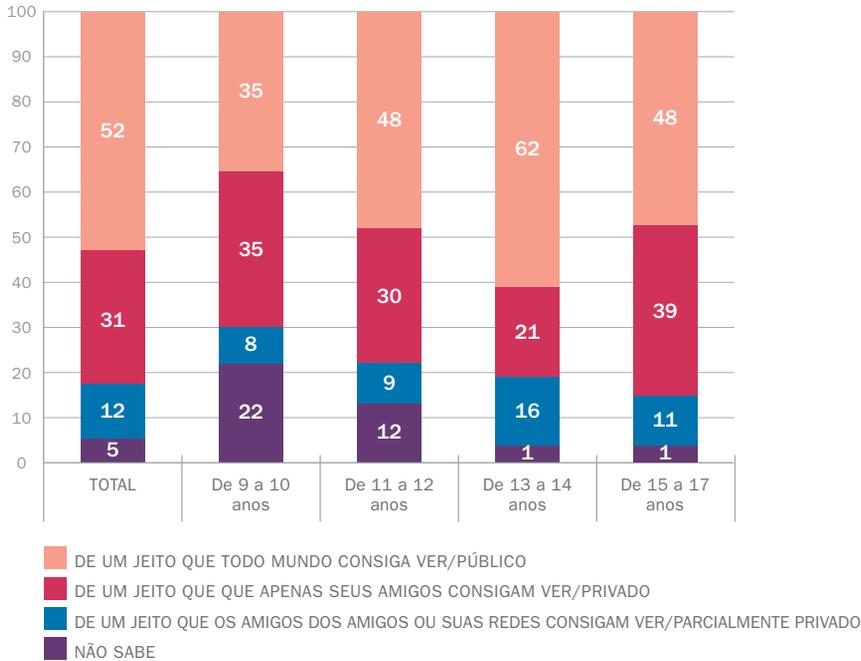
Dos usuários de Internet que possuem perfil em alguma rede social, 10% afirmam ter mais de um perfil na mesma rede. Com relação ao número de contatos que possuem na rede social, 22% afirmam ter de 101 a 300 contatos em suas páginas pessoais e 43% declaram ter mais de 300 contatos, aumento significativo em comparação aos dados de 2013, quando apenas 29% afirmavam possuir esta quantidade de contatos no perfil.

Além disso, os resultados dos tipos de uso das redes sociais também remetem, em certa medida, ao nível de exposição a que os jovens optam por ter na Internet. A pesquisa indica que 52% das crianças e adolescentes afirmam que o perfil na rede social está configurado de uma maneira pública, ou seja, que pessoas fora de seus círculos sociais e de amizade consigam ver suas informações – sendo que, em 2013, essa proporção era de 23%.

Quando analisada a faixa etária, a pesquisa indica que, entre os adolescentes de 13 a 14 anos com perfil em rede social, 62% possuem o perfil configurado de uma maneira pública – o que é significativo na medida em que esses indivíduos se encontram numa posição intermediária entre a maior mediação dos pais (que, em geral, ocorre até os 12 anos) e um uso mais proficiente da rede (entre 15 e 17 anos). Até os 12 anos também estão os respondentes que declaram não saber descrever a forma de configuração de seu perfil nas redes sociais – 22% das crianças de 9 a 10 anos não sabem ou não responderam este indicador.

GRÁFICO 9  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONFIGURAÇÃO DE PRIVACIDADE NO PERFIL DA REDE SOCIAL (2014)

Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem o próprio perfil em uma rede social



Ainda em relação à exposição das crianças e adolescentes nas redes sociais, foram abordados os tipos de informações pessoais que eles disponibilizam em sua página pessoal. Observou-se que 90% dos jovens com perfil em rede social compartilham uma foto que mostra claramente seu rosto, 46% disponibilizam o nome da escola onde estudam e ainda 30% compartilham o número do telefone.

## CONSUMO E EXPOSIÇÃO À PUBLICIDADE

Na atualidade, crianças e adolescentes são um público-alvo importante para a indústria em geral, principalmente a de entretenimento e cultura. Nesse contexto, as empresas investem com regularidade em pesquisas para acompanhar a preferência desse público (CORREIA, 2013). O fato de as crianças e adolescentes serem um mercado mundialmente rentável tem fomentado o desenvolvimento do *marketing* infantil e a intensificação da publicidade dirigida para esse segmento. Entre as preocupações que o tema gera estão o estímulo ao consumismo e, para algumas faixas etárias, a capacidade limitada de diferenciação entre os conteúdos comerciais e não comerciais. Henriques e Toledo (2014) apontam para a estratégia de complementaridade entre a mídia televisiva e as tecnologias de informação e comunicação. Assim, conteúdos mercadológicos são direcionadas ao público infantil em diferentes ambientes e plataformas, desde as mídias até as prateleiras de estabelecimentos comerciais. Ao brincarem em jogos

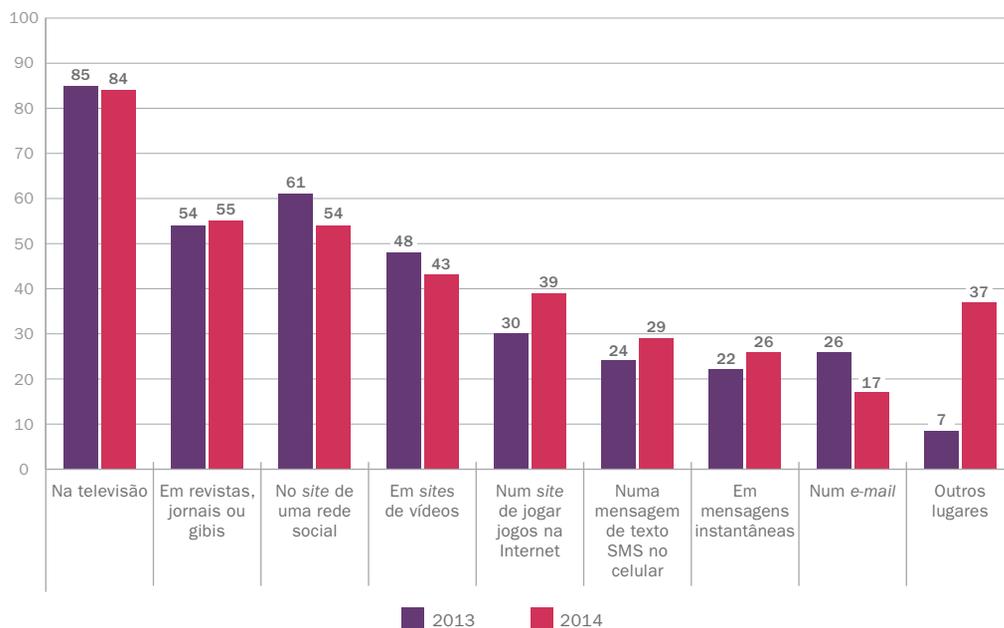
*on-line*, por exemplo, crianças e adolescentes estão sendo expostos a mensagens publicitárias (SAMPAIO, 2009).

Nesse contexto, desde 2013 a pesquisa TIC Kids Online Brasil monitora o tema consumo e exposição à publicidade, em ambientes *on-line* e *off-line*, buscando compreender como esses usuários interagem com esses conteúdos.

Dados da pesquisa indicam que, entre crianças e adolescentes, a TV continua sendo o principal meio de contato com algum tipo de publicidade ou propaganda. Entre jovens entre 11 e 17 anos, 84% viram algum tipo de propaganda na TV nos 12 meses anteriores à realização da pesquisa, dado similar ao de 2013, que era de 85%. Houve um acréscimo no percentual de crianças e adolescentes que mencionaram contato com publicidade em jogos *on-line*: 39% dos indivíduos de 11 a 17 anos.

Em 2014, também foi registrado um aumento no percentual de crianças e adolescentes que citaram o contato com publicidade em outros espaços para além da lista de itens investigados (37%). Entre os locais citados de forma espontânea, estão vias públicas e estabelecimentos comerciais (Gráfico 10).

GRÁFICO 10  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA OU PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2013-2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



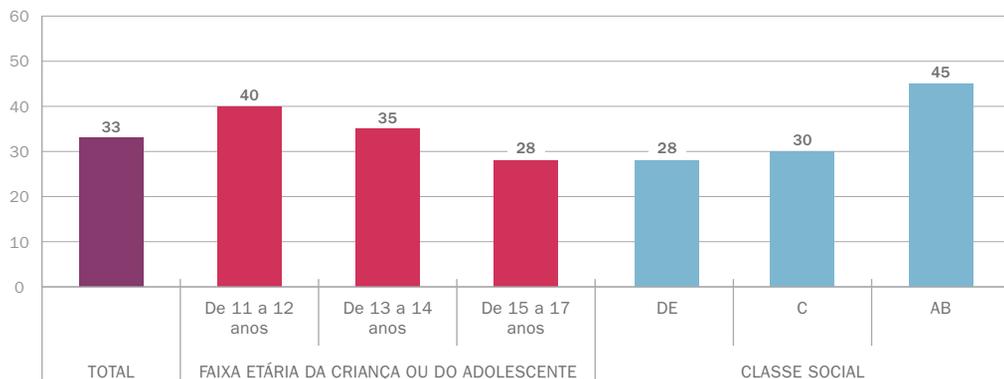
Foram identificadas diferenças significativas entre as classes socioeconômicas no que se refere ao acesso a conteúdos mercadológicos. Enquanto 56% dos jovens usuários de Internet da classe AB viram propaganda em um *site* de jogar jogos na Internet, essa proporção foi de 32% na classe DE. Em *sites* de assistir vídeos também se pode observar a diferença: na classe DE,

27% declararam ter visto alguma propaganda nessa plataforma, enquanto na classe AB essa proporção foi de 64%. Vale ressaltar que as diferenças também estão associadas ao percentual de crianças e adolescentes que têm acesso a essas mídias, o que explica a relevância das faixas socioeconômicas para o indicador.

A percepção dos usuários sobre as propagandas que viram também foi abordada na pesquisa. Entre as crianças e adolescentes que tiveram algum contato com publicidade ou propaganda na TV, 38% afirmam ter gostado ou gostado muito do conteúdo visto, 30% apresentaram uma postura indiferente, declarando não gostar nem desgostar, e ainda 32% não gostaram do conteúdo que foi exibido. Na percepção das propagandas que foram vistas na Internet, uma parcela significativa (40%) afirmou não ter gostado do conteúdo, enquanto 30% declararam uma postura indiferente sobre a publicidade vista, e a mesma proporção (30%) afirmou ter gostado ou gostado muito do conteúdo exibido.

No total de crianças e adolescentes que viram alguma propaganda, 33% afirmaram que já pediram para os pais ou responsáveis para que comprassem algum produto que viram na Internet.<sup>4</sup> Os pedidos de compra também variam segundo classe socioeconômica e idade: na classe AB, esse percentual é de 45%, enquanto na classe DE esse valor representa 28% das crianças e jovens. Com relação à faixa etária, entre os jovens de 11 a 12 anos, 40% pediram para os pais ou responsáveis comprarem algum produto. Já entre os de 15 a 17 anos, apenas 28% pediram algum produto (Gráfico 11).

GRÁFICO 11  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM AOS PAIS ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PUBLICIDADE OU PROPAGANDA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL (2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos que tiveram contato com publicidade ou propaganda nos últimos 12 meses



Por fim, as crianças e adolescentes entre 9 e 17 anos foram questionadas se procuraram informações na Internet sobre alguma marca ou produto nos 12 meses anteriores à coleta dos dados. Observou-se que 31% procuraram alguma informação, sendo 44% da classe AB, 29% da classe C e 20% da classe DE.

<sup>4</sup> Dado o cenário de convergência no consumo de mídia, há uma limitação na identificação de conteúdos mercadológicos vistos na Internet e não em outras mídias.

## PERCEPÇÃO DOS PAIS E RESPONSÁVEIS EM RELAÇÃO AO CONSUMO E EXPOSIÇÃO À PUBLICIDADE

A pesquisa TIC Kids Online Brasil também abordou o tema junto aos pais e responsáveis, de modo a avaliar a percepção deles sobre a exposição de seus filhos a conteúdos publicitários nos meios midiáticos.

O percentual de pais ou responsáveis que afirma que seus filhos tiveram contato com conteúdos mercadológicos é, de maneira geral, reduzido em relação à declaração das crianças e adolescentes. Do total de pais e responsáveis entrevistados, 77% declararam que o filho teve contato com algum tipo de conteúdo publicitário por meio da televisão nos 12 meses que antecederam a pesquisa. Ainda, 40% dos pais e responsáveis citaram que o filho ou tutelado foi exposto à propaganda ou promoção em uma rede social. Exposição à publicidade por meio de jogos na Internet foi mencionada por 28%. Cabe ressaltar que a disseminação dos meios móveis também limita a capacidade de acompanhamento dos pais ou responsáveis sobre o contato com conteúdos mercadológicos, tendo em vista um uso cada vez mais privativo por parte de crianças e adolescentes.

De acordo com os pais e responsáveis cujos filhos assistiram a alguma propaganda ou promoção, 38% declararam que o filho já viu alguma propaganda na Internet que não era apropriada para sua idade e 8% afirmaram que o filho ficou chateado ou incomodado em decorrência de alguma propaganda vista.

Além disso, 36% dos pais afirmam que o filho já pediu algo que viu na Internet e 13% declaram já ter comprado algum produto que o filho viu pela Internet. Segundo os pais e responsáveis, os equipamentos eletrônicos são os mais solicitados (25%) pelos filhos. Tendo em vista o poder aquisitivo das famílias, os pedidos de compra também guardam relação com as classes sociais. Nas famílias da classe AB, o percentual de pais que relatou pedidos de compra foi de 50%, assim como a aquisição de algum produto foi relatada por 26% dos pais.

## HABILIDADES PARA O USO CRÍTICO DA REDE

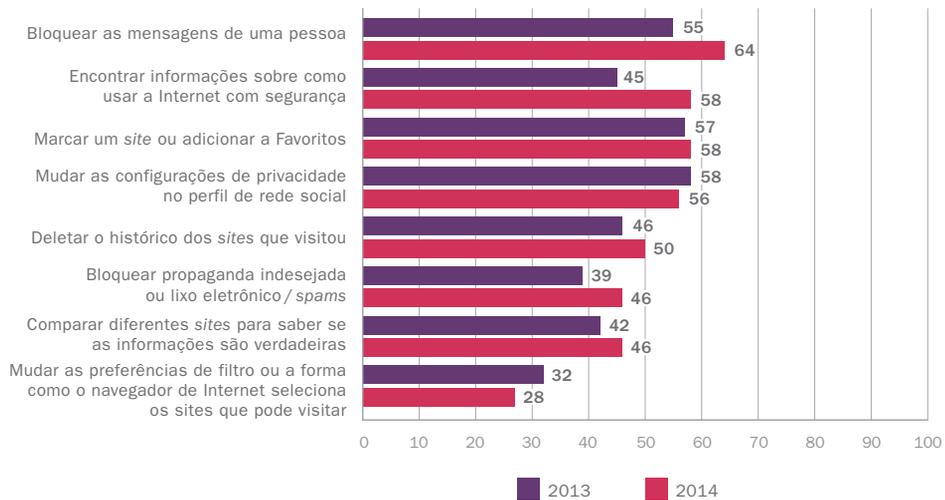
O desenvolvimento de habilidades para o uso da Internet tem sido uma das preocupações centrais do debate sobre a proteção dos direitos da infância na rede. Para além do papel central que os atores de mediação podem desempenhar – tais como pais, responsáveis e educadores –, uma maior experiência de uso pode ser determinante para a formação de usuários mais críticos (MASCHERONI; CUMAN, 2014).

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 buscou contemplar o debate sobre as habilidades para o uso das TIC por meio da mensuração das capacidades declaradas pelos jovens no que se refere ao manuseio de ferramentas digitais mais ou menos complexas.

Apesar das mudanças importantes registradas na forma e intensidade do uso da Internet, as habilidades mensuradas sofreram poucas alterações em relação à edição anterior da pesquisa. Entre os itens mais citados, estão bloquear as mensagens de uma pessoa e encontrar informações sobre como usar a Internet com segurança, respectivamente 64% e 58%. (Gráfico 12).

GRÁFICO 12

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES NO USO DA INTERNET (2013-2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



Contudo, ao analisar essas habilidades entre diferentes grupos demográficos, podemos observar diferenças relevantes em relação à idade e à classe socioeconômica da criança ou adolescente. Em geral, percebe-se que quanto maior a faixa de idade e classe social, mais habilidades a criança ou adolescente declara possuir.

A capacidade de mudar as configurações de privacidade no perfil da rede social na classe AB é citada por 68% dos jovens usuários de Internet, e por 69% entre aqueles com idade entre 15 e 17 anos – valores superiores se compararmos ao total (56%) de crianças e adolescentes.

Com relação à criação do perfil em rede social, a pesquisa constatou que, entre os jovens que possuíam um perfil, 52% o fizeram sozinhos, sem a ajuda de outra pessoa; 27% criaram junto com outra pessoa e 21% afirmam que foi outra pessoa quem criou o perfil. Nesse caso, é possível observar que a variável idade também tem uma diferença significativa. Enquanto a proporção de jovens de 15 a 17 anos que criaram o perfil sozinhos é de 65%, entre aqueles com idade de 9 a 10 anos é de apenas 12%.

A percepção que a criança ou adolescente tem sobre suas habilidades no uso de ferramentas digitais também foi um ponto investigado na pesquisa. Dos jovens de 11 a 17 anos, 46% afirmaram saber muitas coisas sobre como usar a Internet e 70% acreditam saber mais de Internet do que seus pais.

A proporção de crianças e adolescentes que reconhecem as oportunidades e riscos que possuem na Internet é considerável: 73% declararam que há muitas coisas na Internet que são boas para crianças e jovens da sua idade. Há uma parcela ainda maior (80%) que concorda que na Internet existem coisas com o potencial de chateá-las ou incomodá-las.

## RISCOS E DANOS

O debate público em torno dos riscos do uso da Internet para o desenvolvimento de crianças e adolescentes tem se ampliado na medida em que o uso da Internet avança entre eles. Essa agenda abrange um conjunto heterogêneo de experiências, que incluem entre outros aspectos:

- Conteúdos inadequados, como pornográficos, discriminatórios e de ódio;
- Contato potencialmente nocivo, como são os casos de aliciamento ou assédio;
- Conduta problemática, como a atenção que tem sido dada a casos de *cyberbullying* e de invasão de privacidade (LIVINGSTONE; HELSPER, 2010).

Por se tratarem de temas sensíveis e difíceis de mensurar por meio de um questionário estruturado, a coleta dessas informações contou com formulários de autopreenchimento, visando oferecer maior privacidade ao jovem no momento da entrevista e permitindo a abordagem de temas como exposição à pornografia e *bullying*, entre outros. O questionário foi aplicado em duas versões: uma mais simples, para crianças e adolescentes de 9 a 10 anos, e outra mais detalhada, destinada aos respondentes de 11 a 17 anos.

A pesquisa buscou compreender situações do cotidiano, tanto *on-line* como *off-line*, dos entrevistados. Uma primeira dimensão do problema foi endereçada de maneira indireta, por meio da aplicação de uma questão aberta: os jovens responderam a uma pergunta sobre quais conteúdos da Internet eles acreditavam serem capazes de incomodar, chatear ou aborrecer crianças e adolescentes da mesma idade que eles.

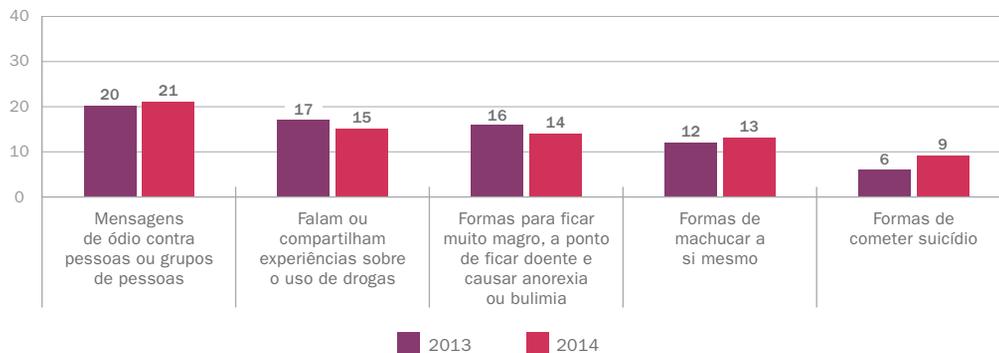
A variedade das respostas foi grande, entretanto, assim como em 2013, a prática de *bullying* continua sendo o assunto mais citado pelos jovens (36%).<sup>5</sup> Foram codificadas como prática de *bullying* respostas relacionadas a “ameaças”, “contar mentira sobre a minha pessoa”, entre outras. Conteúdos relacionados à pornografia, como vídeos ou imagens de sexo, foram relacionados por 17% das crianças e adolescentes. “Imagens de violência” e “maltrato a pessoas” foram classificados como conteúdos de violência real, sendo 11% dos casos citados pelos jovens como algo que incomoda as crianças e adolescentes. Conteúdos impróprios para a idade (8%) e conteúdos de terror fictício (7%), entre outros, também apareceram na relação de situações que são capazes de incomodar o jovem.

Em se tratando das experiências vividas pelos jovens, 27% afirmam que alguma pessoa agiu de forma ofensiva ou que lhes chateou nos últimos 12 meses, sendo que 15% afirmaram que essa situação ocorreu na Internet.

O percentual de crianças e adolescentes que já tiveram contato na Internet com alguém que não conheciam pessoalmente também é considerável, sendo que 29% afirmam já ter tido contato com alguém que não conhecia. Além disso, 13% afirmam que já se encontraram pessoalmente com uma pessoa que conheceram primeiro na Internet – indicador mencionado com maior intensidade por jovens de 15 a 17 anos (19%) (Gráfico 13).

<sup>5</sup> Resultados obtidos a partir da codificação de questões abertas.

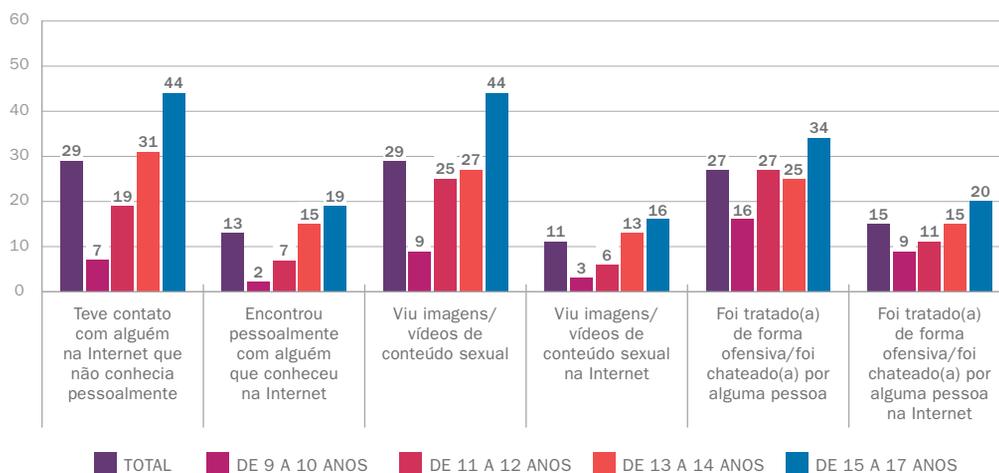
GRÁFICO 13  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE OCORRÊNCIAS VIVENCIADAS EM DECORRÊNCIA DO USO DA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2013-2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



Os jovens com idade entre 11 e 17 anos também relatam contato com conteúdos inadequados. Dos respondentes nessa faixa de idade, 21% tiveram contato com mensagens de ódio contra pessoas ou grupo de pessoas, enquanto 15% falaram ou compartilharam experiências sobre o uso de drogas.

Do total de entrevistados, 14% acessaram sites que falavam sobre formas para ficar muito magro, a ponto de ficar doente. Esse indicador mostrou-se sensível a diferenças de sexo, dado que o contato com esse tipo de conteúdo na Internet tende a ser maior entre as meninas (21%).

GRÁFICO 14  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDO COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR FAIXA ETÁRIA (2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



Também é crescente a preocupação quanto ao uso intensivo de dispositivos móveis na dimensão da saúde de crianças e adolescentes (SIGMAN, 2011), em especial no que se refere ao uso excessivo da Internet. Foram realizadas algumas perguntas direcionadas à investigação sobre a possibilidade de mudança de hábitos das crianças e adolescentes em virtude do contato com a Internet. Na faixa etária de 11 a 17 anos, 24% disseram que já tentaram passar menos tempo na Internet e não conseguiram, enquanto 20% afirmaram que passam menos tempo do que deveriam com a família e amigos por causa da Internet, e ainda 19% revelaram já terem se sentido mal quando não puderam entrar na Internet (Gráfico 14).

De forma geral, apesar do desafio metodológico de explorar temas delicados para o respondente, os dados da TIC Kids Online Brasil apontam que os fatores de risco estão presentes no cotidiano de jovens usuários de Internet de alguma maneira, e são cada vez mais presentes conforme aumenta a frequência e privacidade do uso. Nesse sentido, é importante também compreender o tipo de mediação do uso da Internet ao qual esses jovens estão submetidos, para entender qual o papel da escola, da família e de outros atores sociais nesse sentido.

## MEDIAÇÃO POR PAIS OU RESPONSÁVEIS

As mensagens midiáticas são percebidas pelas crianças de acordo com as mediações que são estabelecidas em seu grupo familiar, social, escolar e de pares (BELLONI; GOMES, 2008). Tendo em vista esse cenário, além de traçar o perfil dos jovens usuários de Internet, a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 também avaliou o perfil de uso da Internet por parte de pais ou responsáveis.<sup>6</sup>

Em 2014, constatou-se que apenas 50% dos pais ou responsáveis eram usuários de Internet,<sup>7</sup> ainda que a diferença seja significativa quando comparamos esse dado segundo as classes socioeconômicas. A Internet foi acessada nos últimos três meses anteriores à realização da pesquisa por 73% dos pais ou responsáveis da classe AB, enquanto esse percentual foi de 48% na classe C e de apenas 23% na classe DE (Gráfico 15).

<sup>6</sup> A pesquisa investigou apenas um dos responsáveis pela criança ou pelo adolescente. Optou-se por entrevistar prioritariamente aquele que desempenhasse um papel-chave na criação da criança e que melhor pudesse descrever a relação do filho ou tutelado com a Internet.

<sup>7</sup> De acordo com a definição adotada pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), são considerados nessa pesquisa usuários de Internet aqueles indivíduos que utilizaram a rede ao menos uma vez nos três meses que antecederam a pesquisa (UIT, 2014).

GRÁFICO 15  
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
USARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES, POR CLASSE SOCIAL (2014)  
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Com relação ao local de acesso da Internet, houve um aumento no percentual dos pais ou responsáveis que declararam utilizar a Internet enquanto se deslocam: essa proporção era de 18% em 2013 e cresceu para 32% em 2014. Entretanto o domicílio ainda é o local de maior acesso em que os pais ou responsáveis declaram utilizar a Internet (92%).

Em 2013, a pesquisa TIC Kids Online Brasil procurou aprofundar a análise sobre fatores que influenciam estratégias de mediação parental para o uso seguro da rede. Os resultados do estudo exploratório (CGI.br, 2014) sugerem que o uso da Internet por pais e responsáveis configura um fator de influência importante sobre as estratégias de mediação por eles empregadas. A análise de regressão logística indicou ainda que o uso da Internet por pais ou responsáveis<sup>8</sup> aumenta em nove vezes a chance de que seja empregada alguma estratégia de mediação em comparação a pais ou responsáveis não usuários de Internet. Os resultados indicam, portanto, que, para pais não usuários da rede, a mediação do acesso de crianças e adolescentes ainda representa um desafio e reforça a necessidade de posicionar esse tema na agenda de políticas públicas.

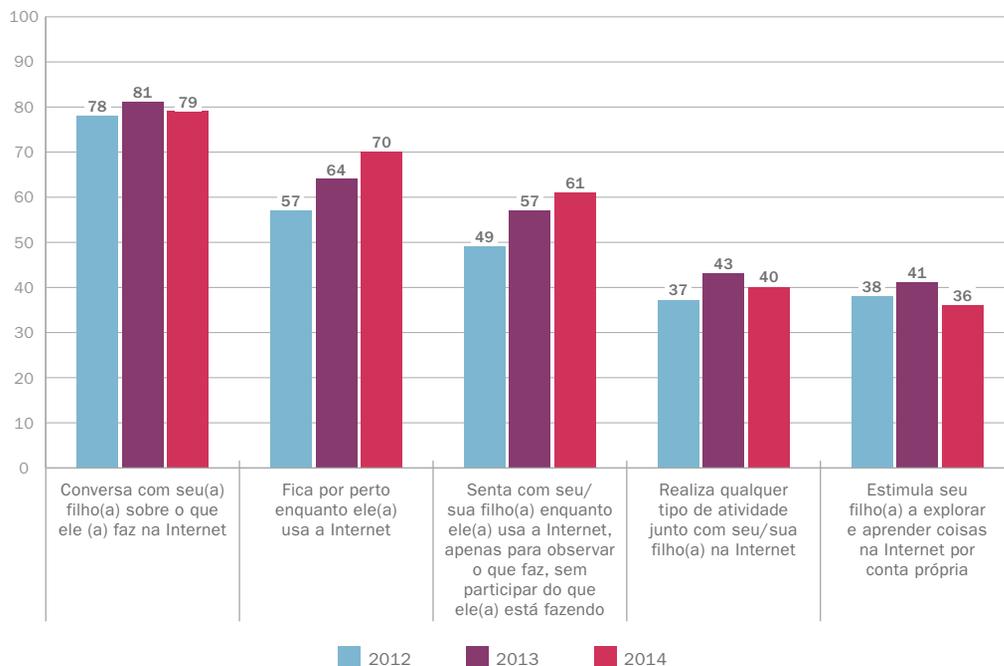
No Brasil, entre as estratégias mais citadas, desatacam-se as de mediação ativa do uso da rede – em que pais ou responsáveis conversam com filhos ou tutelados sobre conteúdos da rede, realizam atividades em conjunto e estão fisicamente presentes durante o acesso à Internet: 79% afirmam conversar com o filho sobre o que ele faz na Internet (Gráfico 16). Essa proporção varia de acordo com a classe social dos respondentes: Enquanto 89% dos pais ou respondentes da classe AB afirmam conversar sobre o que o filho faz na Internet, esse percentual é de 78% na classe C e de 67% na classe DE. Uma parcela significativa afirma ficar por perto do jovem enquanto ele usa a Internet (70%), enquanto 40% dizem realizar a atividade com seu filho na Internet.

<sup>8</sup> Considerando pais ou responsáveis usuários de Internet, ou seja, aqueles indivíduos que utilizaram a rede ao menos uma vez nos três meses que antecederam a pesquisa.

GRÁFICO 16

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO RECEBIDA PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS (2012-2014)

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



Dentre os tipos de mediação aferidos na pesquisa, “falar sobre como usar a Internet com segurança com os filhos” aparece como a orientação mais citada, marcando 81% em 2014, enquanto em 2013 a proporção era de 69%. Em seguida, aparece “falar com o filho sobre como ele deve se comportar com outras pessoas na Internet” (77%). Já a explicação do porquê o conteúdo de alguns *sites* são bons e outros ruins foi mencionada como orientação dada por 76% dos pais, enquanto 62% conversam com o filho sobre o que ele deveria fazer se alguma coisa na Internet o aborrecesse ou assustasse.

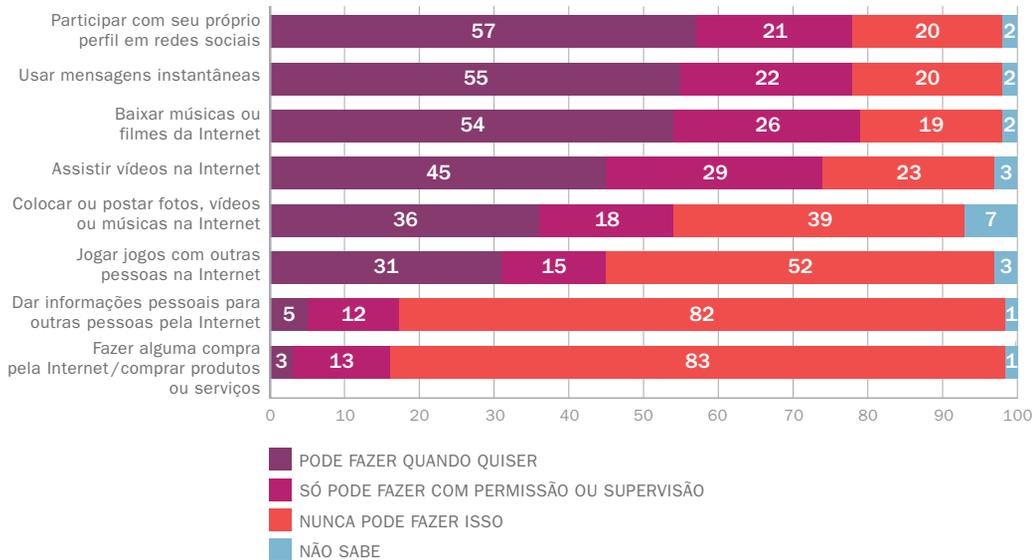
Mais da metade dos respondentes (59%) acreditam que seus filhos usam a Internet com segurança. E quando questionados sobre o que para eles significa utilizar a Internet com segurança, pode-se notar três principais argumentos: não falar com pessoas desconhecidas (22%), não acessar *sites* inapropriados para a idade do filho (20%) e não acessar a Internet sem supervisão (15%).

Também foi possível identificar que 41% dos pais ou responsáveis impõe alguma restrição em relação à criança ou adolescente ter seu próprio perfil em rede social; 82% não permite que os filhos passem informações pessoais para outras pessoas na Internet; e ainda 39% não autorizam que o filho coloque ou poste fotos, vídeos ou músicas na Internet (Gráfico 17).

GRÁFICO 17

**PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PERMISSÃO RECEBIDA PARA ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS (2014)**

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



Com relação à verificação realizada pelo pai ou responsável, 59% dos respondentes afirmam que verificam os amigos ou contatos que o filho adiciona no perfil das redes sociais e apenas 38% verificam e-mails ou mensagens instantâneas. Além disso, 27% utilizam recursos para bloquear ou filtrar alguns tipos de sites, e a mesma proporção afirma que utiliza recursos para rastrear as páginas que o jovem visita. É baixa a proporção de pais que acreditam que seus filhos tenham passado por alguma situação de incomodo ou constrangimento na Internet: apenas 11% creem que isso possa ter acontecido nos últimos 12 meses da pesquisa e ainda 68% afirmam que o filho tem pouca ou nenhuma chance de passar por algum incômodo ou constrangimento na Internet nos próximos 6 meses.

Dentre as fontes de obtenção de informação sobre uso seguro da Internet, metade dos pais ou responsáveis informa obter informação por meio de televisão, rádio, jornais ou revistas, 42% obtêm informação com familiares ou amigos e apenas 27% por meio da escola do filho, sendo este último o local em que os responsáveis afirmam desejar ter mais informações sobre o uso seguro da Internet, sendo citado por 59% dos pais ou responsáveis.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS: AGENDA PARA POLÍTICAS PÚBLICAS

Em sua terceira edição, a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 oferece subsídios importantes para que acadêmicos, governo e a sociedade em geral estruturarem políticas públicas voltadas à promoção e proteção dos direitos de crianças e adolescentes na Internet.

Nos últimos anos, pode-se destacar que o crescimento do acesso à rede via dispositivos móveis é um dos aspectos mais importantes a serem considerados pelas políticas públicas. Por serem dispositivos com um uso mais individual, tais equipamentos tornam mais complexas as estratégias de mediação por parte dos pais e responsáveis, ao mesmo tempo em que facilitam o acesso de importantes camadas da população.

Outro ponto de destaque para as políticas públicas é o uso reduzido da Internet por crianças e adolescentes nas escolas. Segundo a pesquisa, apenas 38% dos jovens utilizam a Internet na escola, sendo esse um local que tem um grande potencial para incentivar as crianças e adolescentes a aproveitar as oportunidades de informação que a Internet proporciona. Uma das principais atividades que os jovens realizam é a pesquisa para trabalhos escolares.

Com relação ao consumo, podemos observar que as crianças e adolescentes estão expostas à promoção e propaganda no universo *on-line*. A tendência é que o investimento em comunicação mercadológica voltada a crianças e adolescentes seja tratado pela indústria com sofisticação cada vez maior, como é o caso do *marketing* realizado por meio de jogos *on-line*, o que dificulta as medidas regulatórias por parte do Estado.

A mediação parental é um ponto de atenção, em especial quando somente 50% dos pais são usuários de Internet. Apesar de relatarem uma disposição no sentido de exercerem estratégias de mediação ativa, a pesquisa indica que pais ou responsáveis sentem necessidade de obter informações sobre o uso seguro da Internet e de informações que contribuam para lidar com os possíveis riscos vivenciados por seus filhos/tutelados.

## REFERÊNCIAS

- BELLONI, M. L.; GOMES, N.G. *Infância, mídias e aprendizagem: Autodidaxia e colaboração*. Campinas. *Educação & Sociedade*, Campinas, v. 29, n. 104, p. 717-746, 2008.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Indicadores TIC Domicílios: 2013-2014*. São Paulo: CGI.br, 2015. Coord. Alexandre F. Barbosa. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>. Acesso em: 17 jun. 2015.
- \_\_\_\_\_. *Indicadores TIC Educação: 2010-2014*. São Paulo: CGI.br, 2015. Coord. Alexandre F. Barbosa. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/educacao/indicadores>>. Acesso em: 17 jun. 2015.
- \_\_\_\_\_. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2015.
- CORREIA, L. S. B. A mídia, as crianças e a produção de conteúdo cultural. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano*, n. 1, p. 97-108, 2013.
- HASEBRINK, U. *Children's changing online experiences in a longitudinal perspective*. In EU Kids Online. Londres: The London School of Economics and Political Science, 2014. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/60083/>>. Acesso em: 10 out. 2015.
- HELSPER, E. J.; KALMUS, V.; HASEBRINK, U.; SÁGVÁRI, .; DE HAAN, J. *Country classification: opportunities, risks, harm and parental mediation*. In EU Kids Online. Londres: The London School of Economics and Political Science, 2013.

HENRIQUES, I.; TOLEDO, R. G. *A complementaridade entre os canais infantis, seus sites e perfis em redes sociais: uma nova estratégia de comunicação mercadológica voltada às crianças*. In COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: the role of online skills and internet self-efficacy. *New Media and Society*, v. 12, n. 2, p. 309-329, 2010.

MASCHERONI, G.; CUMAN, A. *Net Children Go Mobile: Final Report*. Deliverables D6.4 & D5.2. Milano: Educatt, 2014.

ÓLAFSSON, K.; LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. *Children's Use of Online Technologies in Europe – A review of the European evidence base*. In EU Kids Online. Londres: The London School of Economics and Political Science, 2014.

SAMPAIO, I. S. V. *Infância & Consumo: estudos no campo da comunicação*. Brasília: ANDI e Instituto Alana, 2009. p. 9-21.

SIGMAM, A. *The Impact Of Screen Media On Children: A Eurovision For Parliament*. Disponível em: <[http://www.yesnet.yk.ca/staffroom/selfreg/uk\\_screen\\_time.pdf](http://www.yesnet.yk.ca/staffroom/selfreg/uk_screen_time.pdf)>. Acesso em: 17 jun. 2015.

SOZIO, M.E.; PONTE, C.; SAMPAIO, I.; SENNE, F.; ÓLAFSSON, K.; ALVES, S.J.; GARROUX, C. Children and Internet use: A comparative analysis of Brazil and seven European countries. *Eu Kids Online*, ISSN 2045-256X, Julho de 2015. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/5/Children%20and%20Internet%20use>>.pdf. Acesso em: 10 out. 2015.

VINCENT, J. *Mobile opportunities: exploring positive mobile opportunities for European children*. Londres: The London School of Economics and Political Science and POLIS (Journalism and Society), 2015.



***ENGLISH***



## FOREWORD

As of 2015, the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) has been in existence for 20 years, working to implement a model of multistakeholder Internet governance that is often cited as an example. With the publication in 2009 of a “decalogue” on principles for the use of the Internet in the country, CGI.br contributed significantly to protecting the Internet and increasing understanding of its concepts.

In 2015, we also celebrate the first anniversary of the approval of the “Marco Civil da Internet” (Civil Rights Framework for the Internet), which is currently undergoing the process of defining specific regulations. This is a unique piece of legislation that embodies the best practices of experts in the field and is essential to establishing the rights and responsibilities of those who undertake activities on the Internet.

Moreover, the Global Multistakeholder Meeting on the Future of Internet Governance (NETMundial) took place in April 2014. It was convened to discuss important aspects of the future development of the Internet based on a multistakeholder perspective. The NETMundial was the first meeting of its kind, and produced two documents: a declaration of principles and a roadmap for an Internet environment that is always ample and open.

Finally, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) has completed 10 years of producing ICT statistics and indicators. This activity is conducted by Cetic.br at the Brazilian Network Information Center (NIC.br). Generating updated, technically precise and internationally comparable statistics makes it possible to provide society with data on the socioeconomic impacts of ICT, contributing to more effective and efficient public policies and the development of the Internet in Brazil.

The ICT Kids Online Brazil 2014 Survey, the third published by Cetic.br, presents results that contribute to analyzing changes in Internet use patterns and to mapping the types of ICT use and mediation strategies employed by parents and legal guardians.

Through the research conducted by Cetic.br, we continue to honor our mission to collect, organize and disseminate reliable data on Internet services in Brazil. The results and analyses in this publication not only broaden our knowledge of the socioeconomic implications of the Internet, but also underpin the development of public policies aimed at promoting a better Internet.

Enjoy your reading!

**Demi Getschko**

Brazilian Network Information Center – NIC.br



## PRESENTATION

Founded in 1995, the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) celebrated two decades of existence in 2015. Throughout this period, CGI.br has played an essential role in constructing a quality and inclusive Internet for all Brazilians. Today, Brazil has over 94 million Internet users, and this number is growing every day. The advancement of the Internet in the country coincides with the national and international recognition of CGI.br, which is viewed as an efficient, modern institution. Furthermore, it is acknowledged as an international reference for issues related to Internet governance. During these twenty years, CGI.br has played the roles of architect and creator of a modern framework of technical and legal standards for democratic and transparent Internet governance in Brazil. Moreover, it has connected stakeholders from the government, the private sector, social organizations, universities and technical communities.

On the national level, we also celebrate a year since the National Congress approved the Civil Rights Framework for the Internet (Marco Civil da Internet), and since the president of Brazil sanctioned Law no. 12965 during the Global Multistakeholder Meeting on the Future of Internet Governance (NETMundial). This law consolidates the principles set forth by CGI.br for the Internet and explicitly recognizes the role and functions of the steering committee.

Over the last two decades, CGI.br has made numerous achievements. Among those accomplishments, it is important to remember its commitment to the regular production of relevant and reliable statistical data, through its annual surveys on access to and use of information and communication technologies (ICT) in Brazil, which have been conducted for ten years. The production of statistical data on ICT access and use conducted by the Regional Center for the Development of the Information Society (Cetic.br), a department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br), is an essential contribution to public policies, academic research and the Brazilian technology industry.

This publication reinforces the commitment of CGI.br to Brazil and to the periodic production of statistical data that allows for open and in-depth debate among the actors dedicated to creating the guidelines for socioeconomic and cultural development in the country by the use of ICT. I congratulate CGI.br on its success throughout its 20 years of existence!

**Virgílio Almeida**

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br



## INTRODUCTION

Since 2005, the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) and the Brazilian Network Information Center (NIC.br) have regularly renewed their commitment to Brazilian society to produce statistics on access to and use of information and communication technologies (ICT) in different segments of society. Every year, national stand alone surveys exclusively dedicated to ICT are conducted by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br). These surveys have become the main source of statistical data on ICT in Brazil, today representing an important instrument for assessing the development of the information and knowledge society in the country. The ICT Kids Online Brazil is among the many surveys conducted by Cetic.br.

Over the last ten years, Cetic.br has grown to represent an important voice in national and international debates about the standardization of indicators and methodological definitions for the production of statistics on ICT. This has enabled ongoing improvement of our internal mechanisms for quality control and full alignment with international standards of research. Throughout this journey, Cetic.br has expanded its range of action and improved its internal processes. Currently, we adopt codes of good practices of official institutions for statistics production. We are continually increasing the rigor of design and sample selection activities, improving control and monitoring of field data collection work, and refining all data processing and validation procedures for continuous improvement in the quality of indicators, statistics and analyses produced. By doing so, Cetic.br has gained legitimacy, establishing itself as a center of excellence in ICT statistics that is recognized both nationally and internationally.

These efforts have resulted in an increase in the number of surveys. In 2005, Cetic.br carried out only two national studies on ICT. We have arrived in 2015 with a set of five annual projects – on households, enterprises, education, health and children – and another five projects published on a less regular basis – electronic government, nonprofit organizations, Internet service providers, culture and public access centers.

Another relevant result has been the development of a new line of action focused on capacity building in the production and use of ICT statistical data. In recent years, there has been an increase in our ability to carry out capacity-building workshops in Brazil, Latin America and Portuguese-speaking Africa, addressing theoretical and practical concepts in research methodology, and also stimulating debates and the sharing of experiences among researchers, public administrators and representatives of civil society and international organizations. This activity has become important to the dissemination of data to bring statistics producers and consumers closer together.

Within the thematic scope of the ICT Kids Online Brazil survey, Cetic.br – in partnership with the academic network EU Kids Online – has been conducting efforts to create a Latin American network with the objective of fostering data collection in other countries in the region. In June 2015, we conducted the first meeting of Kids Online Latin America in São Paulo, which discussed perspectives for the production of regional indicators about children online. Experts and researchers from five Latin American countries – Argentina, Brazil, Chile, Ecuador and Uruguay – met to share their experiences. Among the organizations that provide institutional support to the project are the United Nations Children’s Fund (Unicef) and the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco).

The volume and diversity of the data generated, along with the growing demand for access to ICT survey databases, has led Cetic.br to develop a dynamic data visualization tool. Launched in 2015, this tool makes it easier for users to consult indicators that are customized to their interests, allowing them to export data in open format.

The data produced by Cetic.br has been widely used by governments, international organizations, civil society, the private sector and academic institutions. Within the scope of public administration, this information provides important input for developing and monitoring digital inclusion policies. Considering academic research, the data has become increasingly important in research that addresses the socioeconomic impact of ICT on Brazilian society and on the construction of scientific knowledge on the theme. In the context of civil society and the private sector, the data provide significant input for the assessment and monitoring of market trends.

## ICT KIDS ONLINE BRAZIL INVESTIGATES HOW CHILDREN USE THE INTERNET

The young population represents a social group of strategic importance, given the implications of this segment in the social, economic, political and cultural dimensions of any given country. According to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), of the total 204.5 million Brazilians, 31.6% are considered young, i.e., between the ages of zero and 19. This represents a population of 64.5 million individuals. Despite the increase in the adult population in Brazil over the last few decades – due to reduced mortality and birth rates and increased life expectancy – the composition of the population pyramid shows that Brazilian society can still be considered young.

In consonance with transformations that have been occurring all over the world, Brazilian children have also been increasingly inserted in virtual spaces created by new information and communication technologies. They are connected through networks and avail themselves of several digital media in their social, leisure and learning activities. The dissemination of the Internet, tablets, smartphones and social media have transformed how young people socialize and relate to their peers, families and schools.

This social and technological phenomenon, characterized by the rapid growth of Internet access, can engender opportunities and benefits in the development of youths, in so far as it promotes the right to freedom of expression and access to information and knowledge. However, this phenomenon also involves potential risks that must be mitigated:

access to content deemed inappropriate (pornography, violence and hate content); harmful content; and problematic behaviors in which young people are victims or agents, such as cases of bullying and privacy violation cases.

In Brazil, virtually universal Internet access via mobile devices among this age group creates new challenges to the mediation of such use. Parents and educators are now dealing with a new access profile that is occurring in increasingly private spaces.

It is also important to mention that the issues that arise from ICT access and use by children must also be addressed as a priority by public policies, in dialogue with the human rights framework under the perspective of the 1988 Brazilian Federal Constitution and the Brazilian Child and Adolescent Statute of 1990. As a consequence, it is essential for public administrators to implement strategies to promote and protect the fundamental rights of children, which places the theme of the intensive adoption of new technologies by the young population at the center of political debate. An important victory for Brazilians was the enactment of the Civil Rights Framework for the Internet in 2014. This legislation established the principles, rights and duties of Internet users in Brazil, protecting them from infringement on their rights in the virtual environment.

With the purpose of broadening the debate on Internet use by children in Brazil, Cetic.br annually produces the ICT Kids Online Brazil survey. The main objective is to expand what is known about the experiences and practices of children with regard to the risks and opportunities of Internet use. The survey was originally based on the methodology developed by the EU Kids Online network, led initially by the London School of Economics and Political Science. This allows for results obtained in Brazil to be compared internationally.

Carried out since 2012, the ICT Kids Online Brazil survey has reached its third year of portraying the massive adoption of new digital technologies, especially mobile devices and the Internet, by Brazilian children. According to another survey conducted by Cetic.br, the ICT Households 2014 survey, the percentage of individuals in this age group that are Internet users had already reached 77% of the Brazilian population aged 10 to 17 years. In the Southeast region, for example, this percentage was already 90%, much higher than the average percentage of Internet users found in the Brazilian population as a whole, 55%.

The ICT Kids Online Brazil 2014 survey showed that Internet access via mobile devices has increased significantly: 82% of children who used the Internet accessed it via mobile phones, while in 2013, this percentage was 53%. The use of tablets to access the Internet also presented statistically significant growth, being used by 32% of children. In turn, the percentage of young people who access the Internet on desktop computers has decreased: while in 2013 this was the most commonly used device, mentioned by 71%, in 2014, this percentage dropped to 56%. This indicator reveals advances in technologies that allow for portability, especially when considering the preference for mobile devices, such as tablets and smartphones.

The use of social networks among young Internet users in Brazil remained high: 79% of Brazilian children had their own profiles on social networks. In turn, the use of instant messaging was mentioned by 64%, an increase of 25 percentage points over the previous edition, demonstrating the speed of changes in Internet use by children. Other important activities carried out by children on the Internet include using the Internet for school work (68%), doing research (67%) and listening to music (50%).

Privacy settings on social networking profiles used by children is also a factor that reveals the presence of skills related to protection in the virtual environment. Fifty-two percent said they had public profiles, which everyone can see, while in 2013 this percentage was 42%. The use of partially private settings (only friends or friends of friends can see) decreased (12%); in 2013, they were mentioned by 23% of young Internet users who have their own profile on a social network.

A considerable portion of Internet users aged 11 to 17 years said that they knew how to block messages from someone (64%). Furthermore, 58% said they knew how to find information on how to use the Internet safely, an increase of 13 percentage points over the 2013 survey (45%). Deactivating the location-sharing function was mentioned by 45% of Internet users aged 11 to 17 years.

Another crucial challenge for understanding this population refers to the virtual environment and to what extent children can rely on the mediation of players, such as their school, family and society as a whole. Regarding parental mediation, there was an increase in the guidance provided by parents and legal guardians to their children: 70% said that they remained nearby while the children were online, and 81% talked to their children about how to use the Internet safely. In 2013, these percentages were 64% and 69%.

In terms of sources used by parents and legal guardians to obtain information on safe Internet use, television, radio, newspaper and magazine are the most used sources (50%), followed by family and friends (42%).

The results of the ICT Kids Online Brazil 2014 survey – presented in detail in the various aggregated tables and analytical reports that make up this publication – outline the scenario of ICT access by children in Brazil.

It is also worth mentioning that the ICT surveys conducted by Cetic.br are monitored by a group of experts whose invaluable contributions in the planning and analysis stages have provided legitimacy to the process and enhanced the transparency of the methodological choices. Renowned for their competence and knowledge in investigating ICT development, these professionals are affiliated with academic and government institutions, international organizations, the non-governmental sector and research institutions, and today provide solid support for conducting the surveys.

This publication is structured as follows:

*Part 1 – Articles:* presents new contributions from academic specialists and representatives of government and international organizations that address issues that are critical to the debate on Internet use by children. The articles take stock of the current scenario of transformation in Internet use by children from a longitudinal perspective, focused on the trends toward mobility and new mediation strategies employed by parents and legal guardians. Among the challenges addressed by the survey are skills for the safe use of online social networks, the protection of personal data and marketing communication directed at this population;

*Part 2 – ICT Kids Online Brazil:* presents the methodological report, which includes a description of the sampling plan applied in the survey and the analysis of the main results, which identifies the most relevant trends observed in ICT access and use by children and mediation strategies mentioned by parents and legal guardians;

*Parts 3 – Tables of results:* presents the tables of results containing selected indicators for children and parents or legal guardians, allowing for a reading of crossed variables.

The results of this third edition of the ICT Kids Online Brazil survey demonstrate the rapid transformation in the profile of Internet use by children. Therefore, the data provide important input for formulating and assessing public policies aimed to promote and protect the rights of children in the virtual environment.

The primary goal of all the effort expended on the production of the CGI.br surveys is to produce reliable, up-to-date and relevant data for our readers. We hope that the data and analyses in this edition provide important input for public administrators, academic researchers, private sector companies and civil society organizations in initiatives that are targeted at building an information and knowledge society.

Enjoy your reading!

**Alexandre F. Barbosa**

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



***ARTICLES***



## TECHNICAL SKILLS AND COPING WITH PERSONAL DATA MISUSE AND PEER AGGRESSION ON SOCIAL NETWORKING SITES

Monica Barbovski<sup>1</sup>

The rapid adoption of social networking sites (SNS), coupled with the sharp increase in the use of mobile devices that enable more private Internet access, is reshaping the way young people engage, communicate and interact with their peers (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014); however, this reconfiguration of peer dynamics brings about specific challenges related to dealing with peer aggression and misuse of personal information on such sites.

The Net Children Go Mobile survey (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), carried out in seven European countries, ranked visiting social network sites as the third-ranked activity among young people (53% of 9- to 16-year-olds, over 75% for 13- to 16-year-olds), a substantial increase in relation to the 2010 EU Kids Online data; the same survey showed that 68% of all children had their own social networking profile (rising to 93% for 15- to 16-year-olds). In Brazil, according to the ICT Kids Online Brazil 2013 (CGI.br, 2014) survey, visiting social networking sites was the second most popular activity among children (81% of 9- to 17-year-olds, and 93% of 15- to 17-year-olds), with a significant increase in relation to the previous year. Similar to their European counterparts, the social network site of choice for the majority of Brazilian children was Facebook.

The fact that more Brazilian than European children are on social networking sites, in connection with the increased risk of vulnerability for Brazilian children (BARBOSA et al., 2013), justifies the concerns related to peer aggression and personal data misuse on social media. Some of these issues are also at the forefront of children's fears: for example, concerns related to privacy on social networking sites ranked among the highest for Brazilian children, with 7% fearing they might have their profiles hacked and 10% fearing they might receive offensive

---

<sup>1</sup> PhD, senior researcher at the Institute for Research on Children, Youth and Family at Masaryk University, Brno (CZ), where she is involved in projects related to children's Internet use, at the intersection of sociology, social psychology, media studies, children's rights and research ethics. She is also an associate researcher at the Institute of Sociology of the Romanian Academy in Bucharest (RO). She has been the national contact for Romania in the EU Kids Online project (2009-2014) and a member of the Romanian team in the Net Children Go Mobile project (2012-2014). Over the years, she has published articles and book chapters on specific risks for children (e.g., meetings with online strangers), digital skills and coping strategies for problematic situations online. She has also been closely involved in the qualitative work package for EU Kids Online III, coordinating a report on innovative methods and ethics for research on children and their Internet use, as well as the policy work package for Net Children Go Mobile, where she coordinated the first report on policy and recommendations for children's safety online.

messages harming their reputation (GUZZI, 2014). Furthermore, the data on peer aggression showed that bullying ranked the highest among the problematic situations encountered by Brazilian children, with 21% reporting they had dealt with prejudice, lies spread about them and receiving nicknames they did not like (CGI.br, 2014). Therefore, it is necessary to discuss how young people might approach and cope with personal data misuse online (PDM), and see to what degree technical or instrumental skills are useful and when they are not sufficient in dealing with problems encountered online.

### PRIVACY ISSUES ON SOCIAL NETWORKING SITES: PERSONAL DATA MISUSE AND PEER AGGRESSION

Social networking sites may offer numerous benefits to young people, especially in the realm of creating and maintaining bonds with their peers, but they are also places where peer aggression occurs in the form of cyberstalking, harassment and reputation damage (BOYD; ELLISON, 2008). Another specific form of peer aggression is personal data misuse online by peers, which bears a lot of resemblance to or overlaps with bullying and peer aggression. For instance, PDM is either a subset of cyberbullying or another type of cyberaggression with numerous similarities, including the same features of the social web, the possibility of reaching wider audiences, the lack of direct contact, which reduces the empathic response, and the permanence and searchability of information (BOYD, 2007; STORM; STORM, 2006); features such as publicity and potential anonymity make PDM as damaging as cyberbullying (STICCA; PERREN, 2013).

Other features, such as spreading rumors, gossiping, excluding, and attacks against reputations and relationships are common forms of relational aggression, cyberbullying and some types of PDM (JACKSON; CASSIDY; BROWN, 2009). For example, creating slanderous pages (with false or unflattering information) in order to mock someone has the same negative effects on self-image and sense of self-worth and negatively alters how victims are perceived by peers.

Because you have heard about a lot of those “hate sites” and things like that. There are many, so if they put up a picture, and someone says something, then others say that you should block that user, because they are “haters”... Yes, it is like a person that apparently hates a person so much that they make a profile where they write nasty things about the person and put up pictures and say, take a look at this fat ugly bitch, she is so disgusting and things like that. And... I get really sad inside because... why do you do something like that? (NCGM, Denmark, boys, 14-16)<sup>2</sup>

<sup>2</sup> For detailed reporting on the qualitative data collection, methodology, and analyses in the Net Children Go Mobile project please consult Haddon and Vincent (2014).

Furthermore, revenge sexting as a form of sexualized cyberbullying involving forwarding nude pictures to larger audiences uses victims' intimate information without their consent to harm their reputation (RINGROSE; BARAJAS, 2011).

Another type of PDM mentioned by young people in the qualitative data collection of Net Children Go Mobile was having their accounts hacked, with the hacker sending rude messages to their friends and family. Not surprisingly, other research (WEINSTEIN; SELMAN, 2014) identified impersonation through hacking and fake accounts and public shaming and humiliation through slander and forwarding nude pictures as some of the most damaging forms of online stressors reported by young people.

### COPING STRATEGIES FOR PERSONAL DATA MISUSE ONLINE

Given that PDM overlaps greatly with cyberbullying and cyberaggression, the same coping strategies might be useful in dealing with them. In the EU Kids Online (2010) survey, children's coping responses were grouped into communicative, problem-solving and fatalistic strategies (VANDONINCK; D'HAENENS; SEGERS, 2011); however, more recent investigations show that sometimes avoiding engaging with bullies is the best strategy (ŠLÉGLOVÁ; ČERNÁ, 2011) as it helps slow the momentum and defuse the power of the bullying act, which thrives on displays of the harm done.

Another contribution from coping typologies is that of *self-reliant vs. other-reliant (support-seeking)* strategies, as an important distinction between situations where children are able to deal with online problems themselves and where they need the help of others. Seeking support from peers, siblings or parents (KOWALSKI; AGATSTON; LIMBER, 2008; MISHNA; SAINI; SOLOMON, 2009; SLONJE; SMITH, 2008), or *institutional support* (e.g., schools, hotlines or police) have been reported by youth dealing with cyberbullying; it is useful for understanding how young people deal with peer aggression in cases of personal data misuse.

Finally, technical measures (e.g., deleting rude messages or blocking persons one does not want to hear from) was reported as the most at-hand solution for dealing with online aggression in several studies on coping with cyberbullying (HINDUJA; PATCHIN, 2007; KOWALSKI et al., 2008). The usefulness of simple technical solutions, such as increased security and awareness about the need for safety, has been contested (PARRIS et al., 2012; ŠLÉGLOVÁ; ČERNÁ, 2011), as bullies can often find ways to bypass them. Furthermore, in the case of personal data misuse, such as slanderous or mock pages or sexualised cyberbullying (revenge sexting), knowing about using a report button does little or nothing for repairing the damage done to one's reputation.

## THE RELATIONSHIP BETWEEN SKILLS AND COPING WITH PERSONAL DATA MISUSE

With regard to instrumental skills, it is noteworthy that only 55% of Brazilian 11- to 17-year-olds know how to block a person they do not want to hear from online. The relationship between digital skills and coping with instances of PDM online is apparent, albeit not linear. When it comes to the usefulness of technical solutions, which rely heavily on instrumental skills, coping successfully with peer aggression and personal data misuse online is only partially dependent on this set of digital skills. For example, there might be little in help knowing how to change privacy settings once your profile has been hacked and rude messages have been spread to friends and family.

In the case of hacked profiles, measures such as requesting another password and increasing safety by using more complicated passwords have limited usefulness, as they do not protect young people from the damage done when hackers send rude messages to friends and family on their behalf, as reported by children in the EU Kids Online qualitative research<sup>3</sup>:

Someone somehow got on my Facebook and started to write to my family, friends, like, such strange messages. So they started to bitch about my friends and stuff. [...] So I logged on kind of late and I changed the password. [...] I tried to find out who it was but I just did not find out, no way. [...] I explained to them that I did not write the messages, that someone got on my Facebook. (EUKO, Czech Republic, boy, 14)

Fake pages impersonating young people or slanderous pages are also instances of PDM that are hard to tackle by using solely technical measures, which sometimes take too long to be effective (e.g., reporting the fake or slanderous page using the report button or seeking support from institutions or adults), by which time damage to the reputation is done:

They can upload the photo on the Internet. And then, it can be uploaded on a webpage, or something like that, so everybody can see you. And it will be recorded forever and you can't get rid of it, obviously. Using that photo a person can make you a FB user, when you don't want to be a user. (EUKO, Spain, girl, 9-10)

They created a Facebook page that was against me. [...] They took photos where I was joking with my friends, with weird faces, and this was the image of the profile, of the page, and then it was full of offensive messages. This made me suffer terribly. The teachers forced them to delete the page, but it took them some time. (EUKO, Italy, girl, 14-16)

Public shaming and humiliation through sexualised cyberbullying (forwarding nude pictures of girls to larger audiences of peers), with girls being bullied, excluded, ridiculed and treated as outcasts, are impossible to tackle through technical solutions. The girls are often subjected to victim-blaming and double standards of conservative morality, which only amplify the damage to reputation they suffer (CASSIDY et al., 2013; RINGROSE et al., 2013).

<sup>3</sup> For detailed reporting on the qualitative data collection, methodology, analyses and results in the EU Kids Online III project, please consult Šmahel and Wright (2014).

The situations described by young people in the EU Kids Online III and Net Children Go Mobile projects are illustrative of the types of problematic situations related to personal data misuse that Brazilian children might be experiencing as well. The experiences of European children show that more often than not, digital instrumental skills that allow for simple self-reliant technical coping are only partially useful, and other approaches are often needed. Moreover, often other-reliant measures, such as seeking the support of adults and institutions (e.g., asking the help of schools) might be of little help unless they are undertaken with expeditious responsiveness in cases of reputation damage. One type of support, that of peers, in the form of bystander support and peer mediation, was reported as helpful by children in some cases of collective reporting of slanderous pages or asking to stop the spread of nude photos of girls. Peer support, one of the least-tackled resources in dealing with peer aggression online, can be extremely efficient in terms of immediate responsiveness, moral support and protection offered to victims, who are often isolated by attackers.

Finally, paying attention to the normalization and pervasiveness of peer aggression in various, nuanced forms of personal data misuse (e.g., “it’s just teasing,” “these things happen”) and how these instill passive attitudes in young people despite their skills requires approaches that go beyond simple technical solutions, but require sensitivity to specific cultural backgrounds. I welcome future research that looks into understanding through qualitative investigation how Brazilian children are similar to and different from European children in the way they experience and cope with personal data misuse by their peers on social media.

## REFERENCES

- BOYD, D. Why youth (Heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In: BUCKINGHAM, D. (Ed.). *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge, MA: MIT Press, 2007. p. 119–142.
- BOYD, D.; ELLISON, N. Social Network Sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n.1, p. 210-230, 2008.
- BARBOSA, A. et al. *Risks and safety on the internet. Comparing Brazilian and European results*. Londres: LSE, 2013. p.12. Available at: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Brazil-report-21nov-final.pdf>>. Accessed on: Mar 10, 2015.
- BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013.
- . *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014.
- CASSIDY, W.; FAUCHER, C.; JACKSON, M. Cyberbullying among youth: A comprehensive review of current international research and its implications and application to policy and practice. *School Psychology International*, v. 34, n. 6, p. 575-612, 2013.
- GUZZI, D. Dialogue, privacy settings and sharing: take action, don’t be a mere spectator. In: BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013*. Sao Paulo: CGI.br, 2014. p. 153-160.
- HADDON, L.; VINCENT, J. (Eds.). *European children’s and their carers’ understanding of use, risks and safety issues relating to convergent mobile media. Report D4.1*. Milan: Unicatt, 2014.

HINDUJA, S.; PATCHIN, J. Offline consequences of online victimization: School violence and delinquency. *Journal of School Violence*, v. 6, n. 3, p. 89-112, 2007.

JACKSON, M.; CASSIDY, W.; BROWN, K. 'You were born ugly and you'll die ugly too': Cyber-bullying as relational aggression. *Education: Special Issue on Technology and Social Media, Part 1*, v. 15, n. 1, 2009. Available at: <<http://www.ineducation.ca/article/youwere-born-ugly-and-youll-die-ugly-too-cyber-bullying-relational-aggression>>. Accessed on: April 20, 2015

KOWALSKI, R.; LIMBER, S.; AGATSTON, P. *Cyber Bullying: Bullying in the digital age*. Malden, MA: Blackwell, 2008.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: Risks and Opportunities*. Milano: Educatt, 2014.

MISHNA, F.; SAINI, M.; SOLOMON, S. Ongoing and online: Children and youth's perceptions of cyber bullying. *Children and Youth Services Review*, v. 31, p. 1222-1228, 2009.

PARRIS, L., et al. High school students' perceptions of coping with cyberbullying. *Youth & Society*, v. 44, n. 2, p. 284-306, 2012.

RINGROSE, J.; BARAJAS, K. E. Gendered risks and opportunities? Exploring teen girls' digitized sexual identities in postfeminist media contexts. *International Journal of Media & Cultural Politics*, v. 7, n. 2, p. 121-138, 2011.

RINGROSE, J. et al. Teen girls, sexual double standards and "sexting": Gendered value in digital image exchange. *Feminist Theory*, v. 14, n. 3, p. 305-323, 2013.

ŠLÉGLOVÁ, V.; ČERNÁ, A. Cyberbullying in adolescent victims: Perception and coping. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, v. 5, n. 2, article 5, 2011. Available at: <<http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2011121901&article=1>>. Accessed on: April 20, 2015

SLONJE, R.; SMITH, P. Cyberbullying: Another main type of bullying? *Scandinavian Journal of Psychology*, v. 49, p. 147-154, 2008.

ŠMAHEL, D.; WRIGHT, M. F. *The meaning of online problematic situations for children: results of qualitative cross-cultural investigation in nine European countries*. London, UK: EU Kids Online, London School of Economics and Political Science, 2014.

STICCA, F.; PERREN, S. Is cyberbullying worse than traditional bullying? Examining the differential roles of medium, publicity, and anonymity for the perceived severity of bullying. *Journal of Youth and Adolescence*, v. 42, n. 5, p. 739-750, 2013.

STROM, P. S.; STROM, R. D. Cyberbullying by Adolescents: A Preliminary Assessment. *The Educational Forum*, v. 70, n. 1, p. 21-36, 2006.

VANDONINCK, S.; D'HAENENS, L.; SEGERS, K. Coping and resilience: children's responses to online risks. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, risk and safety on the internet*. Bristol: Policy Press, 2012. p. 205-218.

WEINSTEIN, E. C.; SELMAN, R. L. Digital stress: Adolescents' personal accounts. *New Media & Society*, p. 1-19, 2014.

## PROTECTING CHILDREN'S DATA ON THE INTERNET

Danilo Doneda<sup>1</sup> e Carolina Rossini<sup>2</sup>

The Internet has come to occupy a fundamental space in consolidating brands and defining market trends, which has led to a number of business strategies lending increased importance to approaches when reaching children. Several factors can explain this interest in children's personal information. On the market side, it is known that children play a large role in consumption-related decisions in their families. Children's presence on the Internet takes place at a representative and qualified rate and with a different profile than in so-called "traditional" markets.<sup>3</sup> In addition to trying to deal with the challenge of the traditional risks to which children are exposed when sharing personal information online, several laws have also opted for more restrictive regimes with regard to company practices of collecting and using the data of minors.

---

<sup>1</sup> Bachelor of Laws from the Federal University of Paraná (UFPR). Master's and Doctor of Civil Law from the Rio de Janeiro State University (UERJ). Currently, he serves the Brazilian National Secretariat for Consumers at the Ministry of Justice (Senacon) and coordinates the Center for Internet, Law, and Society for the Brasilia Institute of Public Law (Cedis/IDP). Danilo is also a member of the Consumption and Information Society Working Group and was the Coordinator-General of Market Studies and Monitoring for Senacon/MJ. Previously, he worked as a professor for the Rio de Janeiro State University Law School (UERJ), the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC-Rio), UniBrasil and the Getúlio Vargas Foundation (FGV). Danilo has also been a visiting researcher at the Italian Data Protection Authority in Rome, Italy, Università degli Studi di Camerino (Camerino, Italy) and at the Max Planck Institute for Comparative and International Private Law (Hamburg, Germany). Furthermore, he was authored several books and articles on the topic of civil law and specifically on the right to privacy and protection of personal data.

<sup>2</sup> Brazilian lawyer with 15 years of experience in Internet and intellectual property law and policy. She currently serves as the Vice President for International Policy and Strategy at Public Knowledge, in Washington, DC. Previously, Carolina was a Project Director at New America Foundation's Open Technology Institute, the International Intellectual Property Director at Electronic Frontiers Foundation (EFF), and a Fellow at the Berkman Center at Harvard University. Back in Brazil, she worked at Terra Networks S/A (the ISP of Telefonica Group) and for the Center of Technology and Society (CTS) at FGV Law School. Alongside her work at Public Knowledge, she is a Global Partners Digital International Associate and an X-Lab fellow for New America Foundation. She sits in the Advisory Boards of Open Knowledge Foundation for both the UK and Brazil, Instituto Educadigital, and InternetLab. Carolina has an LLM in Intellectual Property from Boston University, an MBA from Instituto de Empresas-Spain, an MA in International Economic Negotiations from UNICAMP/UNESP, and a JD from University of Sao Paulo – USP. She is the founder of REA.br ([www.rea.net.br](http://www.rea.net.br)), having impacted on policies that foster the adoption of open licenses for public funded scientific and educational materials.

<sup>3</sup> According to data from the ICT Kids Online Brazil 2013 survey, 61% of Internet users in Brazil between the ages of 11 and 17 years had seen publicity or advertising on social networking websites; 48% had done so on a video website; 30% on a gaming website; 26% in an e-mail; 24% in an SMS text message via mobile phone; and 22% in instant messages on the Internet. This type of contact took place via television in 85% of the cases and in newspapers, magazines or comic books in 54% (CGI.br, 2014. p. 125).

This legislation, which seeks to guarantee the protection of the data of minors, is intended to shield them from treatment considered abusive or harmful. Regardless of the absolute pertinence of such measures, we must also consider the relevance of determining the right dose of data protection in such a way that ensures that minors have safe spaces to practice their freedom and autonomy. In so doing, they will be able to use Internet resources independently and in a way that is pertinent to their personal situation, development, and age.

Increasingly broad use of information technology in personal data processing has impacted not only the right to privacy, in terms of safeguarding the private domain of citizens, but also other fundamental rights and freedoms. Specifically, it can lead to harmful effects such as discrimination, limited autonomy and, in general terms, reduction of individual spheres of freedom.

The problems caused by the abuse personal data are usually related to information asymmetry. As a great volume of information about individuals accumulates, it becomes easier to get information about their behavior. For instance, this allows for predicting their future behavior or placing them in certain predetermined behavioral profiles. These processes are rarely transparent to the individuals themselves, who usually have even more difficulty noticing the concrete effects that such personal data processing have on their own lives.

These types of problems are reinforced when subjects are in situations of vulnerability. The concept of vulnerability relates to the condition of given individuals or groups that face barriers in access to certain resources due to personal characteristics. These barriers can be related to gender, age, health, ethnicity, or being a member of a specific social group, among many others. Moreover, in this sense, we are particularly interested in the situation of children, whose natural vulnerability, given their condition of being developing individuals, is coupled with the difficulty of correctly understanding the consequences of personal data processing, in terms of their insertion into information society mechanisms.

## LEGISLATION AND PROTECTING THE DATA OF MINORS

At least two factors subsidize the regulation of data protection for minors as a normative framework capable of fostering legitimate safe sharing of information: the first is the growing mention of protection of personal data as a basic normative marker of personal information, and not just as protection of privacy as a mere negative form of freedom. In other words, it is no longer considered to be just pure and simple exclusion of third parties from an individual's private sphere. This notion allows us to also consider data protection as an instrument for ensuring the autonomy and self-determination of citizens with regard to the use of their personal information.

In this sense, Article 5-X of the Brazilian Federal Constitution characterizes privacy and private life as "inviolable." This formulation favors the use of reactive legal instruments, which tend to intervene after some sort of abuse has taken place that must then be remedied or compensated for. That is how we characterize privacy a priori as a negative form of freedom. On the other hand, regarding the protection of personal data, the majority of legislation presents strong preventive elements related to security, recognizing the complexity of personal data processing environments and the pressing need to reduce the risks of such activity.

Furthermore, they mention their mission of providing safe thresholds so that personal data can be used and shared while respecting the rights of its owners.

The second factor is the recognition that children today use the Internet very frequently. Furthermore, this tool can in fact be fundamental in ensuring that they have both access to information and the possibility of self-expression, in a more general sense, thus guaranteeing the free development of their personality. This is even more relevant when we consider the typical forms of social interaction constructed in the information society.

Thus, legislation on data protection must be put at the service of the free development of children, not only to protect them from the risk of their own personal data being used abusively, but also to provide them with instruments with which they can control the destiny of their data on the Internet with greater proficiency. The demand of children for this type of control, even if not usually made explicit, can already be observed in the fact that the frequently mentioned propensity of children to expose themselves on the Internet tends to be followed by greater mastery of instruments that control data exposure – most of the time – at higher levels than those of the average adult.<sup>4</sup>

As has already been observed, it is very common for legislation on the protection of personal data to dismiss protection of minors. The scope of this protection varies widely. The model used in the United States ensures protection for children's data through the Children's Online Privacy Protection Act (COPPA), which is unparalleled by other legislation on privacy directed at minors in Brazil. Even countries that have strong, general models for personal data protection, when it comes to the protection of children's data, focus their efforts on education and awareness-raising measures for society and children themselves.

In Brazil, children are protected by the Federal Constitution<sup>5</sup> and this protection was established by Law 8.069 of 1990, the Child and Adolescent Statute (ECA). According to this statute, two modalities of protection are generally applicable: one for children under the age of 12 and another for teenagers between 12 and 18 years old. The latter modality aims to be more detailed in including and considering the will of subjects regarding decisions affecting them. In both cases, the minor's best interest is the guiding principle behind application of the measures as foreseen by the law.

Brazilian legislation does not have specific provisions on the protection of the data of minors – in fact, there is no specific legislation on the protection of personal data. In Brazil, this topic is addressed through principles related to the protection of personality and some specific sectorial norms.

---

<sup>4</sup> In this sense, it would be relevant to identify children who tend to develop their own, occasionally surprising strategies for controlling their information - often even with regards to parental surveillance. See Danah Boyd, *How youth find privacy in interstitial spaces*. Available at: <[http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2008/03/09/how\\_youth\\_find.html](http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2008/03/09/how_youth_find.html)>. See also *ATell-All Generation Learns to Keep Things Offline*, *New York Times*, 09/05/2010. Available at: <[http://www.nytimes.com/2010/05/09/fashion/09privacy.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2010/05/09/fashion/09privacy.html?_r=0)>.

<sup>5</sup> The protection of children is ensured as an absolute priority - being that it is the only occasion in which a guarantee is referred to as "absolute" in the Brazilian Federal Constitution. rt. 227: "It is the duty of the family, society and the State to ensure children and adolescents, with absolute priority, the right to life, health, nourishment, education, leisure, professional training, culture, dignity, respect, freedom and family and community life, as well as to guard them from all forms of negligence, discrimination, exploitation, violence, cruelty and oppression."

Nonetheless, the Draft Bill for the Protection of Personal Data<sup>6</sup>, which was created by the Brazilian Ministry of Justice and submitted to public debate on the Internet, seeks to balance the need for providing stronger protection of the personal data of minors with mechanisms that allow them the full use of resources on the Internet. This includes allowing them to make their own decisions regarding the exposure of their data and personality. Here are the terms of the Draft Law:

*Art. 8 Data subjects of personal data between the ages of twelve and eighteen may consent to any data processing that respects their condition as developing persons, without prejudice to the possibility of revocation of such consent by their parents or legal guardians in order to protect their best interests.*

*Art. 9 In the case of data subjects of personal data who are under 12 years of age, consent shall be given by their parents or legal guardians. Data processing shall respect their condition as developing persons.*

#### A. MINORS UP TO 12 YEARS OLD

The Draft Law establishes a cutoff age – 12 years old – under which a child’s personal data can be captured and processed via parental authorization. Legally, a declaration of intent given by persons under the age of 12 is not taken into consideration, as they are not capable of legitimizing the processing of their personal data by online services or content providers.

In this case, data processing depends on the authorization of parents or legal guardians, a requirement used in many other situations related to the exercise of parental authority. Although only parents or legal guardians express intent in name of the child, we must remember that such expression is not discretionary and is only legitimate as long as it is in the minor’s best interest.

#### B. MINORS BETWEEN THE AGES OF 12 AND 18

Regarding children between 12 and 18 years old, the Draft Law recognizes the validity of their declaration of intent to authorize the processing of their personal data. This intent, however, is subject to two specific constraints that can be considered resolving conditions:

1. That the processing of the personal data in question respect the condition of minors as developing individuals, i.e., that it respect their dignity and take into account their insufficiency, which must be assessed within each context.
2. That such consent can be revoked by parents or legal guardians at any time, should they show that it is in the best interest of the child.

---

<sup>6</sup> Available at: <dadospeessoais.mj.gov.br>.

The choice by the Draft Law to concede a certain level of validity to the will of minors between 12 and 18 years old is in consonance with increasing use of the Internet by children and the fact that this is taking place at the same time that the mediation of parents and legal guardians is precipitously decreasing.

As already mentioned, there are no direct provisions regarding the protection of children's data in other laws. Law 12.965 of 2014, the Marco Civil Law of the Internet in Brazil, does not go into specifics about data protection for individuals under the age of 18; the only provision targeted to them, in Article 29, is specifically protective in nature, addressing exposure to content deemed inappropriate:

*Art. 29. Users shall have free choice in the use of software on their own devices to enforce parental control over content that users understand to be improper for their minor children, to the extent that the principles set forth in this Law and in Law no. 8.069, of July 13, 1990 are respected - the Brazilian Child and Adolescent Statute.*

*Sole Paragraph. The government, together with providers of connection services and Internet applications, as well as with civil society, shall promote educational initiatives and provide information about the use of the software referred to in this article, as well as establish good practices for digital inclusion of children and teenagers.*

## THE UNITED STATES: THE COPPA LEGISLATION AND RELATED INFORMATION

*Our first priority is to ensure safety, but we must also take care not to stifle innovation and business development that drives our economy and makes possible so many of the opportunities available to our children.*

*The Honorable Roger F. Wicker, U.S. Senator from Mississippi.<sup>7</sup>*

In September 2012, 95% of teenagers in the United States 12 to 17 years old were already using the Internet, and 78% owned mobile phones. Of those with mobile phones, 47% owned smartphones – telephones connected to the Internet – and 74% accessed the Internet via their mobile phones or tablets.<sup>8</sup> This is not a recent trend. In the 1990s, the U.S. Congress had already observed increasing access to and use of devices connected to the Internet and increasingly powerful effects of exposure to digital content and, primarily, to publicity and services distributed online, coupled with the often indiscriminate capture and use of personal data.

<sup>7</sup> Available at: <<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CHRG-111shrg66284/html/CHRG-111shrg66284.htm>>.

<sup>8</sup> Available at: <<http://www.pewInternet.org/2013/03/13/teens-and-technology-2013/>> and <<http://www.pewInternet.org/fact-sheets/teens-fact-sheet/>>.

For this reason, in 1998, the U.S. Congress passed the Children's Privacy and Protection Act (COPPA)<sup>9</sup>, which required the Federal Trade Commission (FTC) to establish and guarantee compliance with regulations regarding online privacy for children. The original COPPA regulations went into effect on April 21, 2000. In 2012, the regulation underwent some changes, which went into effect in July 2013. The main purpose of the COPPA is to give parents control over what information is collected from their children online. The rule was conceived to protect children under 13 and it strives to take the dynamic nature of the Internet into account. In this sense, the updated 2013 version broadened the definition of personal information to include geolocation and persistent identifiers (cookies), and to stop advertisers from secretly collecting children's personal information without parental consent for purposes of behavioral advertising.

Specifically, as established by the FTC regulation, the COPPA determines a basic structure for protecting the privacy of individuals under the age of 13. The law requires that any website that collects personal information from children:

1. Provide information on their website about what information is collected from children by their provider, how such information is used, and their disclosure practices.
2. Obtain parental authorization for collecting, using, or disclosing the personal information of children.
3. Provide parents with access to the information collected from their children.
4. Establish and maintain reasonable procedures that protect the confidentiality, security, and integrity of the personal information collected from children.<sup>10</sup>

Thus, one of the great practical goals of the COPPA is to control online marketing and advertising activities that directly or indirectly involve children, who supposedly are not fit to accurately understand the risks of disclosing sensitive personal information to online commercial entities and third parties.

The COPPA does not just apply to operators of commercial websites and online services, including mobile applications directed at children under the age of 13 that collect, use, or disclose their personal information. It also applies to websites, providers and operators that target general audiences but are aware that children under 13 are among their users. Finally, the COPPA rules also apply to websites or online services that have actual knowledge that they are collecting personal information from users of other websites or online services targeted to children. The FTC regulations include several precursor provisions in this respect, among them one that prohibits operators from conditioning a child's participation in an online activity on disclosing more personal information than is reasonably necessary to participate in the activity.

It is worth noting the role of the FTC with regards to the privacy of children and its focus on education. In addition to acting as a regulating and inspecting agent, the commission conducts training and produces reports. Furthermore, it produces toolkits directed to schools and

<sup>9</sup> Available at: <<http://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/complying-coppa-frequently-asked-questions>>.

<sup>10</sup> 15 U.S.C. §6502(b)(1)(A)(i) (2009); 15 U.S.C. §6502(b)(1)(A)(ii) (2009); 15 U.S.C. §6502(b)(1)(B) (2009); 15 U.S.C. §6502(b)(1)(D) (2009) e 15 U.S.C. §6502(b)(1)(C) (2009).

communities that are also available to parents. One example from 2014 is Net Cetera: Chatting with Kids About Being Online<sup>11</sup>, which instructs adults about how to explain to children the possible risks associated with online activity.

In February of the same year, the FTC created safe harbors to complement its regulations with the kidSAFE Safe Harbor Program<sup>12</sup>, which allows companies to submit their self-regulatory guidelines and practices to the FTC for approval. Companies that comply with the FTC-approved guidelines receive safe harbor from agency enforcement actions under the rule. With this approval, the website receives a seal declaring that their practices are in compliance with the COPPA.<sup>13</sup>

While some websites, including social networks, are in compliance with the COPPA, others claim that they do not collect personal information from children and therefore do not need to abide by its rules. For precisely this reason, most of the disputes on the applicability of the COPPA focus on age verification procedures and scope of application.

The COPPA has many supporters and critics. The non-governmental organization the Electronic Privacy Information Center (EPIC), one of the most active groups in the protection of the right to privacy in the U.S., participated and still participates in the development and improvement of the COPPA since its initial conception.<sup>14</sup> Another large non-governmental organization that also supported the development of the COPPA was the American Civil Liberties Union (ACLU).<sup>15</sup> Both had some concerns regarding proposals to change the law in 2013. Nonetheless, they were satisfied with the adopted text, which expanded the concept of personal information to include IP and geolocation data.

However, COPPA critics point to data showing that many parents help their children circumnavigate the limits imposed by social media sites (such as Facebook) so that they can participate in activities in which their friends, family and community are involved. For example, a study conducted in 2011 by researchers at the Berkman Center at Harvard University with a sample of over 1,000 parents in the United States with children between the ages of 10 and 14 revealed that:

- Although the minimum age for using Facebook is 13 years old, parents of 13- and 14-year-old children allowed them to sign up and use Facebook at 12 years old.
- 55% of parents with 12-year-old children reported that their children already had Facebook accounts, and 82% of those parents knew that their children had signed up on the social networking website, and 76% had even helped them sign up.
- 78% of the parents interviewed declared that they believed it was acceptable for their children to violate the minimum age requirement for using Facebook.<sup>16</sup>

<sup>11</sup> Available at: <<https://bulkorder.ftc.gov/publications/net-cetera-chatting-kids-about-being-online>>.

<sup>12</sup> Available at: <<https://www.ftc.gov/system/files/attachments/press-releases/ftc-approves-kidsafe-safe-harbor-program/140212coppa-safeharborapp.pdf>>.

<sup>13</sup> Available at: <<http://www.natlawreview.com/article/children-s-online-privacy-protection-act-coppa-federal-trade-commission-did-some-kid>>.

<sup>14</sup> Available at: <<https://epic.org/privacy/kids/>>.

<sup>15</sup> Available at: <<https://www.aclu.org/blog/technology-and-liberty-national-security/kids-are-alright-what-about-rest-us>>.

<sup>16</sup> Available at: <<http://www.zephoros.org/thoughts/archives/2011/11/01/parents-survey-coppa.html>>.

Based on this data<sup>17</sup> and that of other studies centered on the habits of children in the United States, researcher Danah Boyd stated that the COPPA has led to an unintended consequence: creating a digital barrier for children from poorer households or situations in which they can be victims of abuse.

Sites that target children take on this challenge, but often by excluding children whose parents lack resources to pay for the service, those who lack credit cards, and those who refuse to provide extra data about their children in order to offer permission. The situation is even more complicated for children who are in abusive households, have absentee parents, or regularly experience shifts in guardianship. General-purpose sites, including communication platforms like Gmail and Skype and social media services like Facebook and Twitter, generally prefer to avoid the social, technical, economic, and free speech complications involved.<sup>18</sup>

On the other hand, recent research has shown that children have increased understanding of the meaning of privacy, which directly impacts the quantity and quality of the personal information shared and with whom. For example, as more and more teenagers gain access to smartphones and tablets that are optimized for mobile applications and Internet connection, they embrace increasing downloads of applications and different forms of interaction, much like adults. However, most frequently, these children have found ways to protect their privacy through technological measures provided by the applications themselves, and whenever such options are not offered, they have opted to uninstall those apps.<sup>19</sup>

For example, among those who use Facebook, 60%<sup>20</sup> keep their profiles private, which we believe to be a good example, since many post pictures and disclose the cities in which they live, the names of their schools, and sometimes even their mobile phone numbers.<sup>21</sup> Another study found that 70% of teenagers between the ages of 12 and 17 said they looked up information about, researched, or asked for help from family and friends about how to protect their privacy.<sup>22</sup>

The existence of legislation on the privacy of individuals under 18 represents a great step towards realizing the right to privacy and the control of business practices that could be considered abusive, impacting the development of children. All this data, however, clearly indicates that such legislation in itself is not enough to create awareness about people's right to privacy and the importance of this right in the life of children and teenagers. This requires greater effort on behalf of the state, the community and parents, preferably through conjoined, complementary actions that create and provide a set of clear information and support channels for children.

<sup>17</sup> Danah Boyd; Eszter Hargittai; Jason Schultz; John Palfrey. Why parents help their children lie to Facebook about age: Unintended consequences of the Children's Online Privacy Protection Act. *First Monday*, v. 16, n. 11, Nov. 7 2011. Available at: <<http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/3850/3075>>. <<http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/3850/3075>>.

<sup>18</sup> Available at: <<http://www.zephorio.org/thoughts/archives/2011/11/01/parents-survey-coppa.html>>.

<sup>19</sup> For instance, 51% of teenagers between 12 and 17 years of age completely avoid some applications due to concerns about their privacy. Available at: <<http://www.pewInternet.org/2013/08/22/teens-and-mobile-apps-privacy/>>.

<sup>20</sup> Available at: <<http://www.pewInternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>>.

<sup>21</sup> Available at: <<http://www.pewInternet.org/2013/05/21/what-teens-share-on-social-media-2/>>.

<sup>22</sup> Available at: <<http://www.pewInternet.org/2013/08/15/where-teens-look-for-online-privacy-advice/>>.

## CONCLUSION

The way in which regulations address the protection of children's data must be weighed very carefully regarding a specific point: The protection of their personal data, as in the case of adults, must not be dealt with only as a negative form of freedom, that is, a restriction on the exercise of rights that can harm someone – in this case, children. Protection of minors regarding their Internet use must also be understood as an incentive to promote spaces and tools with which these individuals can develop their personalities without being exposed to unnecessary risks and through resources available on the Internet. It is in this sense and with this objective that the provisions in the Brazilian Draft Law for the Protection of Personal Data should be read.

Legislation on data protection, in addition to providing effective instruments that protect data subjects from situations of abusive data use, serves to provide citizens with security guarantees regarding the personal data that will be assimilated by all of the actors involved in the personal data ecosystem – the private sector, the state, and any entity that conducts data processing. This provides data subjects with security and ensures that they can circulate their own information under circumstances that are under their control.

Therefore, paradoxically, security provided to citizens via effective regulations on data protection can even work in favor of sharing their personal information, increasing the legitimate flow of personal information, whenever this is of their choosing.

Thus, it is possible to observe a sort of confluence in the debate on the problems brought on by the indiscriminate collection and use of personal data of minors on the Internet. However, the fact is that there are other occasions when these data subjects can legitimately avail themselves of rights guaranteed by data protection legislation in order to exert greater control over the flow of their personal information, and therefore use such legislation to legitimize and ensure security when sharing information about themselves.

## REFERENCES

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014.



## SHOULD WE PROHIBIT, MONITOR, OR REGULATE THE USE OF SOCIAL NETWORKS BY CHILDREN?

Drica Guzzi<sup>1</sup>

We tend to say how great it is to be living in an era of full-fledged collaboration. Through the work to promote free access to knowledge as a privileged means of formal and informal participation and learning for everyone on the Internet, we have observed how important and pleasurable it is to follow up on discussions and interesting news that we have the opportunity to share, sometimes with the entire world.

However, as we have highlighted in a previous article, “Challenges for public policy: risks and opportunities go hand in hand,<sup>2</sup>” those who visit the Internet routinely – via computer, mobile phone or tablet – may have observed that, both on social networking websites and in search engines, services and sales websites are increasingly and automatically integrating users into sharing networks through data synchronization.

It is evident that the devices that allow for the construction of efficient databases are part of intelligent technological evolution, generated by mapping user habits and customs, have the potential to facilitate access to more specific data or to information that is considered desirable amid the ocean of information that circulates on the Internet.

However, just as this evolution is in our favor, we must emphasize the flip side –the need for greater care and surveillance surrounding the privacy of personal data. This involves, without exception, all Internet users: managers, programmers, hackers, government agencies, NGOs, jurists, parents, educators, and children.

One can note that, in a short time, orientations and guidelines about the automation of tracking services can make it so that a website that was used safely six months ago cannot be considered safe today.

---

<sup>1</sup> Doctoral degree in Communication and Semiotics from the Pontifical Catholic University of São Paulo (PUC-SP). Coordinates research and projects at the New Education Communication Technologies Center – School of the Future (Escola do Futuro), University of São Paulo (USP). Researcher and activist for public policy networks and author of “The Web and participation: democracy in the 21st century” (*Web e participação: a democracia no século XXI*), published by Editora Senac, awarded third place in the 2011 Brazilian Literary Jabuti Award.

<sup>2</sup> Challenges for public policies: risks and opportunities go hand in hand. In: BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE - CGI.br. ICT Kids Online Brazil 2012. São Paulo: CGI.br, 2013. p. 171-179. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>.

In August 2013, for example, Facebook announced its intention to make changes regarding the privacy of profile data and warned that such information could be used for publicity purposes and to create automatic tags, among other uses. At the time, the changes were treated as proposals and users were consulted about their opinions in the seven days prior to implementation. In 2014, before implementing other changes – which actually came into effect in January 2015 – users were asked to abide by the privacy policy regarding their profiles. User profile pictures, among other data, could be freely accessed. This was highly contested in the United States, as, according to specialists, photographs could be used as access passwords by some electronic services.

## THE VALUE OF INFORMATION IN THE MARKET

All of us need to know why many websites that we access can be seen by multiple data tracking networks. Furthermore, parents and guardians must help children use the services, courses, search engines, etc. that they visit. Such assistance should focus primarily on how to interact on social networks more safely.

The issue of sharing personal data obtained by inadvertent access is part of a broad global discussion. There is no way of knowing how many companies monitor the websites we visit, but in some situations, they can even access what we type or what we click on.

It is important to know that, based on information that can be collected through cookies, companies or individuals can trace user profiles based on personal interests, socioeconomic status, age, place of residence, and reading, movie, music, travel, and food preferences. Such data can then be “sold” for purposes of directed advertising.

This trend has the potential to expand at incredible speed. Even the more traditional search engines have adopted the practice of utilizing content profiles, which can favor competitiveness for increasingly sophisticated data tracking programs.

## TRANSPARENCY IN DATA USE

In the name of information transparency, some websites can help us understand the privacy policies applied to content and information tracking. For example, although Google cannot answer for all of the websites that share integrated data with them, their privacy policy provides some information about how data collection can occur. In the case of Google, specifically, the privacy policy explains: a) what information is collected and for what reason; b) how such information is used; and c) what options they offer.<sup>3</sup>

As indicated by the website, they attempt to keep everything as simple as possible, in terms of cookies, IP addresses, and pixel tags, via keywords.

<sup>3</sup> Available at: <<https://www.google.com/intl/pt-br/policies/privacy/#infochoices>>. Accessed: 21 mar. 2015.

Consonant with Google, other more traditional search engines and social networking sites have updated their own tools as much as possible, so that, as they have announced, users can enjoy greater safety and privacy. However, even more experienced users find that these explanations are not always very clear or easily manageable by all. In many cases, the step-by-step instructions work, but some more commercial websites still sell this or that antivirus or antispyware software to ensure greater reliability for your programs or platforms. If there is any delay in the speed of updates, the safety of use that was once ensured will certainly be compromised.

## PRIVACY AND SAFETY FOR CHILDREN ON THE INTERNET

According to the ICT Kids Online Brazil 2013 survey (CGI.br, 2014), the presence of children on social networking sites, notably Facebook, experienced explosive growth in 2012 and 2013. Even though the minimum age requirement for using this social network is 13 years old, there are no formal mechanisms in place to prevent younger children from creating user profiles. The new edition of the survey indicates that among young Internet users between 9 and 17 years of age, 77% cited Facebook as the main social networking site used.

As we have anticipated as a trend, the use of mobile equipment to access the Internet stood out due to its explosive growth. In 2012, the proportion of mobile phone use among young Internet users was 21%; in 2013, this rate increased to 53%. In other words, more than half of the children interviewed accessed the Internet via mobile devices. Regarding tablets, the growth was also significant: from 2% to 16%.

When asked about the most common location of access to the Internet, most children cited the living room (68%) and bedroom (57%). It is worth noting that in comparison with the data from the 2012 survey, the bedroom increased 31 percentage points. We also highlight that Internet access from the home increased as the use of paid access centers decreased, such as LAN houses (from 35% in 2012 to 22% in 2013). These results seem to indicate that the bedroom is the location in which children find the most privacy, thus representing a challenge for parents in terms of mediation of Internet access.

## PROHIBITING, MONITORING OR REGULATING THE USE OF SOCIAL NETWORKS BY CHILDREN

In a universe in which 77% of children between 9 and 17 years old who use the Internet have Facebook profiles, as indicated by ICT Kids Online Brazil 2013 (CGI.br, 2014), prohibiting access or demanding that children provide their passwords so they can be monitored are probably the worst options parents can make regarding safe browsing on the Internet by their children.

We must understand that children go online because they want to chat, make new friends, play games by themselves or with others, post pictures and look at those that they find interesting

of their friends and friends of friends, express their opinions, make comments, and so on. In sum, they want to generate, gather, and share content, and most importantly, learn.

Unfortunately, some of the information that children inadvertently post on their pages can make them vulnerable to pranks, which may begin as innocent experimentation, but can lead to cyberbullying, phishing and other types of ill-intentioned threats.

Considering parental mediation and the type of orientation provided by parents or legal guardians for Internet use, the 2013 survey indicated that, according to the parents, 81% of the children talked to them about their use an increase of 3 percentage points in relation to 2012, and 43% conducted online activities together with their children. Still within this context, according to the perceptions of their parents or legal guardians about online risks, only 8% of children had experienced some bothersome or embarrassing situation on the Internet (6% in 2012). At the same time, the proportion of children who were stimulated to learn things on their own on the Internet increased 3% p.p., as reported by their parents.

Parents who have an established possibility for honest, open dialogue find that it was easier to encourage their children to address why they feel uncomfortable or threatened by a more serious situation.

Parents and educators who find it more difficult to talk with children need to make themselves available and pay more attention to children's symptoms of anxiety in an attempt to uncover what distresses them. Parents and educators must also listen to children when they express the desire to talk about the topic so that, together, they can think about how to solve problems involving potential risks.

This does not mean simply sitting down with children every time they use the computer in order to monitor what they do. If a certain degree of surveillance is necessary, we must understand the limits of its suitability and have good arguments in hand when providing orientation. Desirable Internet use for learning also requires that children develop their own set of privacy and content selection skills.

## SKILLS AND RISKS FOR CHILDREN

In terms of the skills of these children regarding Internet use, 58% of children between the 11 and 17 years old declared that they knew how to change privacy settings on their social network profiles, and 42% reported knowing how to compare different websites to decide if information is true.

Considering online risks, 38% of children added people whom they did not personally know to their lists of friends or contacts on social networking sites. In addition, the survey indicated that the older children reported more potentially risky activities in relation to the youngest.

However, the fact that many children use the Internet mainly to make friends deserves attention. It is never enough to alert parents and educators to insist that someone with whom their children or students communicate solely online is not a "friend," despite appearances. Children are still in actual danger when talking to strangers online and posting pictures and videos they believe their friends will like.

For these reasons, we draw attention to the figures regarding the exposure of Internet users in terms of the type of personal information they share with other users. Of the total number of children who had social networking profiles, 93% declared that they posted photos on their pages that clearly showed their faces. The names of their schools were shared publically by 52% of children, and their personal addresses by 20%.

Furthermore, parents must take a step beyond just monitoring children every time they access the Internet, whether at home or through mobile phones; after all, mobile phones tend to be gifts from parents, on which Facebook and WhatsApp can be accessed at no cost through most Brazilian mobile phone operators. Besides conversation, some rules must be established, for, in addition to actual risks, excessive use without regulation can negatively influence both formal school work and social interaction off the Internet.

## TRENDS FOR LEARNING ON THE INTERNET

Even though children tend to avoid their parents and other adults when on social networking sites, much of their involvement with communication technologies occurs within the context of home and family life. According to the MacArthur Foundation (s/d), a study by the Entertainment Software Association indicated that 35% of parents in the United States played games with their children. Of these parents, 80% reported playing with their children and two thirds (66%) stated that having these games in common brought family members closer together.

This same study indicated that children frequently play an important role as experts on the use of new technologies at home, interpreting or mediating the use of websites and other forms of sharing. This is a trend throughout the world.

Far beyond pure and simple exposure to the Internet, the new e-learning trend integrates “loafing around” with an entire learning experience based on students’ interest in and focus on tasks and content that provoke passionate exploration and expansion of knowledge with the support of friends and adults. Some activities that integrate this “loafing around” include comparing and searching for information online, experimenting, having fun, and sharing; a connected learning. It is a transitional stage between exposing oneself and increasing participation in world events, in a new language that is part of the process of subjectivity formation in the contemporary world.

However, such “loafing around” requires guidance conducted by learning resources. As stated by Sangrá (2015), who is from the Open University of Catalonia, “the use of technology alone does not automatically imply improved quality of education”<sup>4</sup> and sometimes, without guidance, the opposite can occur.

This model must be based on evidence showing that more resistant, adaptable, and effective learning requires individual interest coupled with social support for overcoming obstacles. For this reason, new communication trends must be used to favor the growth and maintenance of settings that promote connected teaching in a broad and equal manner.

<sup>4</sup> Interview given to *Rede Educa*. (2015) Available at: <<http://www.arededuca.org.br/ter-acesso-a-informacao-nao-e-o-mesmo-que-aprender/>>. Accessed on: 30 Mar. 2015

A strong global trend within e-learning is micro-elearning. This is a new form of technology aimed at improving learning. Related to the maker culture, it teaches content in well-applied small steps, such as in the case of learning to speak a language or play a musical instrument.

Certainly, much can be done to take sufficient advantage of the capacity for collaborative learning on the Internet, or connected learning. In other words, freedom to learn is desirable, but it is important to remember that learning resources must always be aligned with the use of new communication trends.

Government, educators, managers, programmers, instructional designers, and parents, or in other words, society as a whole, must reflect on this challenge.

## REFERENCES

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE - CGI.br. *Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013*. 2014. Available at: <<http://www.cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>>. Accessed on: Feb 15, 2015.

GUZZI, D. *O cuidado de si e o mundo distribuído. A apropriação dos meios de comunicação e as novas práticas políticas em rede*. 2015, 439fls. Thesis (Doctorate in Communication and Semiotics) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo.

———. Challenges for Public Policy: Risks and Opportunities go Hand in Hand. In: BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE - CGI.br. *Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. p. 171-179. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>.

ITO, M. *Connected Learning*, 2012. Available at: <[http://www.itofisher.com/mito/weblog/2012/03/connected\\_learning.html](http://www.itofisher.com/mito/weblog/2012/03/connected_learning.html)>. Accessed on: Mar. 30, 2015.

MACCARTHUR FOUNDATION. *Vivendo e aprendendo com os novos meios de comunicação*. Resumo das Descobertas do Projeto Juventude Digital [mimeo]. Chicago [s.n., s/d].

SANGRÁ, A. *Ter acesso à informação não é o mesmo que aprender*. Interview to Aurea Lopes. São Paulo: Rede Educa, 2015. Available at: <<http://www.areda.inf.br/ter-acesso-a-informacao-nao-e-o-mesmo-que-aprender/>>. Accessed on: Mar. 30, 2015.

SNOWDEN, E. (2014). *Here's how we take back the Internet*. TedX Talk. Available at: <[https://www.youtube.com/watch?v=-KtBWg9vS\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=-KtBWg9vS_k)>. Accessed on: May 03, 2015.

## CHILDREN'S CHANGING ONLINE EXPERIENCES IN A LONGITUDINAL PERSPECTIVE<sup>1</sup>

Uwe Hasebrink<sup>2</sup>

### INTRODUCTION

Although online media are deeply integrated into today's everyday practices, they are still regarded as a "new medium." Accordingly, empirical research, as well as public and political debate, has focused on questions related to the transition from "offline" to "online." With the diffusion and appropriation of online media, this distinction is becoming less important. Instead, it becomes apparent that online environments are subject to rapid and ongoing processes of change. This includes the increasing role of mobile communication, new technical devices, new services or "apps," and new individual and societal communicative practices. As a consequence, research must pay more attention to children's *changing* online experiences.

This paper reflects on the conceptual and empirical work of the EU Kids Online network from a longitudinal perspective: what can we say about changes in children's online experiences? In order to answer these questions, some general factors of change that can be regarded as the relevant context for children's online experiences are discussed. Against this background different kinds of existing empirical evidence of changes are presented.

---

<sup>1</sup> This paper is based on an EU Kids Online Short Report: Hasebrink, U. (2014). *Children's changing online experiences in a longitudinal perspective*. Available at <http://eprints.lse.ac.uk/60083/>.

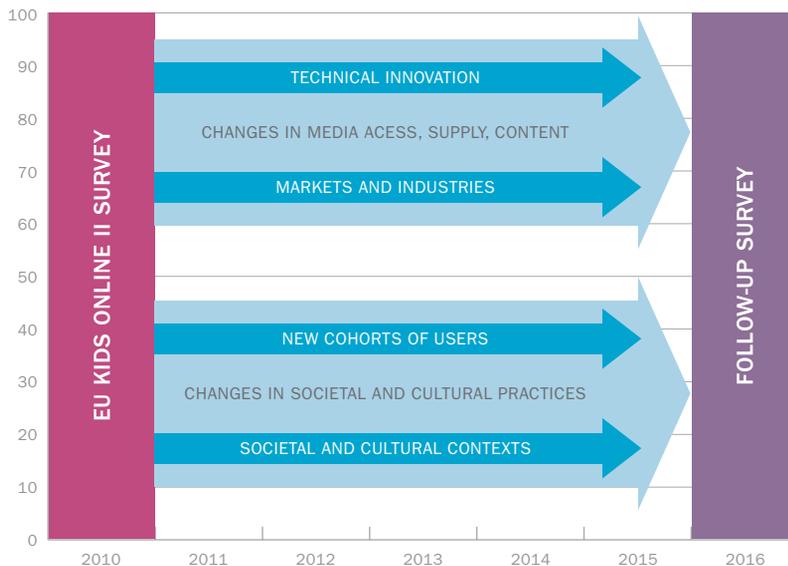
<sup>2</sup> Director of the Hans Bredow Institute for Media Research and professor for Empirical Communication Studies at the University of Hamburg (Germany). His main research interests refer to media use and media effects, also on an international level. He has been involved in numerous projects on children and young people's media experiences (see [www.hans-bredow-institut.de](http://www.hans-bredow-institut.de)). He has been a member of the Management Group of the EU Kids Online network since 2006, and Coordinator of this network since 2015 (see [www.eukidsonline.net](http://www.eukidsonline.net)).

First, the comparative survey of the EU Kids Online survey in 2010 is analyzed from a longitudinal perspective. This analysis is based on the assumption that the process of Internet diffusion did not occur synchronously across Europe and, as a consequence, international differences in children's online experiences can be interpreted as the result of some countries being "ahead" in terms of Internet diffusion and some countries "lagging behind." In addition to this cross-country analysis, some findings of the Net Children Go Mobile project (conducted in 2013/14) are presented and permit longitudinal comparisons based on particular indicators of children's online experiences. Finally, the conclusions summarize the main findings regarding the most relevant aspects of change in children's online experiences and discuss the consequences for longitudinal research designs.

## FACTORS OF CHANGE

In 2010 the EU Kids Online network conducted its comprehensive survey of about 25,000 children aged between 9 and 16 years and their parents from 25 European countries (LIVINGSTONE et al., 2011). Today, five years later, many things have changed in the online environment. Researchers as well as stakeholders are therefore asking for a new survey with a comparable sample and a comparable questionnaire in order to assess changes in children's online use and experiences since 2010. However, this assessment of change is not as simple as the logic of a repeated survey might suggest. Children's online use and experiences are embedded in a broader process of societal and cultural appropriation of online media. As illustrated in Figure 1, this process is shaped by several factors of change.

FIGURE 1  
FACTORS OF CHANGE WITHIN THE PROCESS OF SOCIETAL APPROPRIATION OF ONLINE MEDIA



According to Figure 1, children's online practices need to be investigated against the background of two comprehensive contextual factors, as follows:

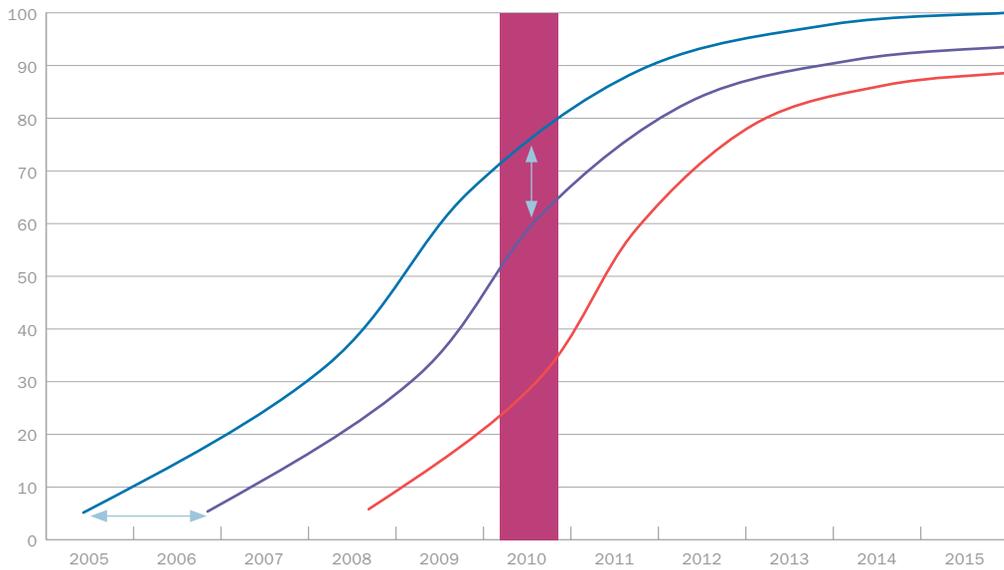
1. Changes in media access, media supply, and media content. The most relevant drivers of this process are technical innovation on the one hand, and market developments and industry strategies on the other. These two are obviously closely interwoven. Together they result in "what is available for media use."
2. Changes in societal and cultural practices, in the structure of everyday life and people's interests and needs. This is the media users' side of the broader change. The main drivers here are, on the one hand, new cohorts of children and parents (this refers to differences between consecutive cohorts or generations of media users). On the other hand, there are changing societal and cultural contexts (this emphasizes that the societal and cultural pattern of digital media use is changing, for example, pressures to stay connected, to be present on social networking platforms, etc.). Again, these two factors are obviously interwoven; together they result in "changing patterns of societal and cultural practices."

## DATA FOR LONGITUDINAL ANALYSES

### CROSS-COUNTRY COMPARISONS

In order to obtain empirical evidence regarding changes in children's online experiences, an initial approach would assume that countries differ in the timeframe in which they started adopting and appropriating online communication. Cross-sectional data provided by the EU Kids Online survey in 2010 can be used to analyze the process of appropriation. Figure 2 illustrates the argument. The curves represent the distribution of the Internet in three illustrative countries. The country represented by the blue, upper curve started earlier than the others. The assumption is that empirical differences between the countries as they were observed in the 2010 survey are (partly) explained by this difference regarding the timeframe in which the countries started their Internet diffusion. These differences can therefore be interpreted as indicators of changing patterns of online use.

FIGURE 2  
CROSS-SECTIONAL DIFFERENCES BETWEEN COUNTRIES FROM A LONGITUDINAL PERSPECTIVE



In order to apply this approach to the EU Kids Online survey, we defined four country groups based on two indicators for the state of Internet diffusion they had reached in 2010: the percentage of the population that were Internet users in 2009; and the number of years since at least one-half of the population had been online (see Table 1). The differences between the four groups are substantial, indicating that there is no concomitance of Internet diffusion across Europe.

TABLE 1  
BUILDING GROUPS OF COUNTRIES BASED ON THE STATUS OF INTERNET DIFFUSION

Group	Internet users (2009) (%)	Years since 50% Internet users	Countries
I	>75	>7	DK, FI, NL, NO, SE, UK
II	58–71	3–7	DE, BE, EE, AT, FR, IE, SI
III	42–57	1–3	HU, LT, ES, PL, CZ, CY, IT, PT
IV	30–40	0	BG, EL, RO, TR

SOURCE: EUROSTAT

In this report, the country classification is meant to reflect the societal appropriation of the Internet as an important context for children's online behavior. The general assumption underlying the longitudinal analyses presented below is as follows: differences in the online practices of children from different groups of countries can be interpreted as indicators for longitudinal changes within the process of societal appropriation of online media.

### LONGITUDINAL DATA

The second approach to learning about long-term changes in children's online practices is based on research that includes at least two measurements at different times. An important source for this kind of empirical evidence is the survey conducted by the Net Children Go Mobile project (MASCHERONI & ÓLAFSSON, 2014a, b) in 2013/14. Net Children Go Mobile replicated major parts of the EU Kids Online survey, adding a focus on mobile devices, with about 3,500 European 9- to 16-year-old Internet users in seven selected countries (Belgium, Denmark, Italy, Ireland, Portugal, Romania, and the UK). Therefore, for these overlapping aspects of online practices and for those countries that participated in both studies, a comparison between 2010 and 2013/14 is possible (LIVINGSTONE et al., 2014).

## EMPIRICAL EVIDENCE OF CHANGES IN CHILDREN'S ONLINE PRACTICES

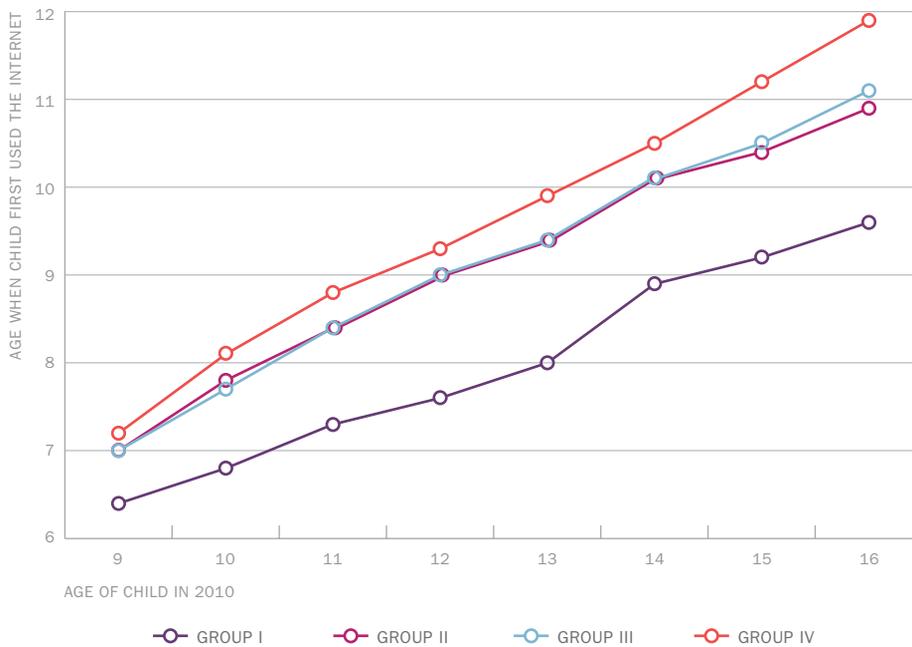
### ACCESS TO ONLINE MEDIA

With regard to current changes in children's online access, one of the most obvious factors within the societal appropriation of online media is related to technical innovation, new devices, and new services (see Figure 1 above). Net Children Go Mobile data show that children were more likely to use the Internet in their own bedroom in 2013/14 than in 2010 (LIVINGSTONE et al., 2014; MASCHERONI & ÓLAFSSON, 2014a). Furthermore, between 2010 and 2013/14, the personal computer (PC) lost its dominant position as the technical device to access the Internet, while laptops and smartphones became the most common ones. These observations illustrate a strong trend towards children using more personalized devices to access the Internet.

Generally, the primary focus of EU Kids Online has not been how many children from which kind of social background have access to online media. That is why the sample only included those children who already use the Internet in order to investigate their actual patterns of use and their experiences. However, there is one aspect related to access that is highly relevant for discussions of online risks and opportunities: the age at which children start using the Internet. It is highly plausible that children in countries that are more advanced in the process of societal appropriation of online media are younger when they first use the Internet. One argument in support of this assumption is the fact that parents in these countries are more likely to use the Internet themselves, and that they have developed more everyday routines based on the Internet.

In the EU Kids Online survey, all children were asked how old they were when they first used the Internet. Chart 1 shows the average age of first Internet use for each age group for the four country groups. For example, the 9-year-old Internet users in Group I countries reported that they were younger than seven when they first used the Internet, while their peers in Group IV countries were older than seven. Throughout the age band from 9 to 16 there is clear evidence that children in the most advanced countries (lower, blue line) started to use the Internet at a younger age, and that children in the least advanced countries (top line) started later. The statistical analysis shows a significant effect of country group, with all differences between the four groups (even those between Groups II and III) being significant and in the predicted order.

CHART 1  
WHEN DO CHILDREN START TO GO ONLINE?

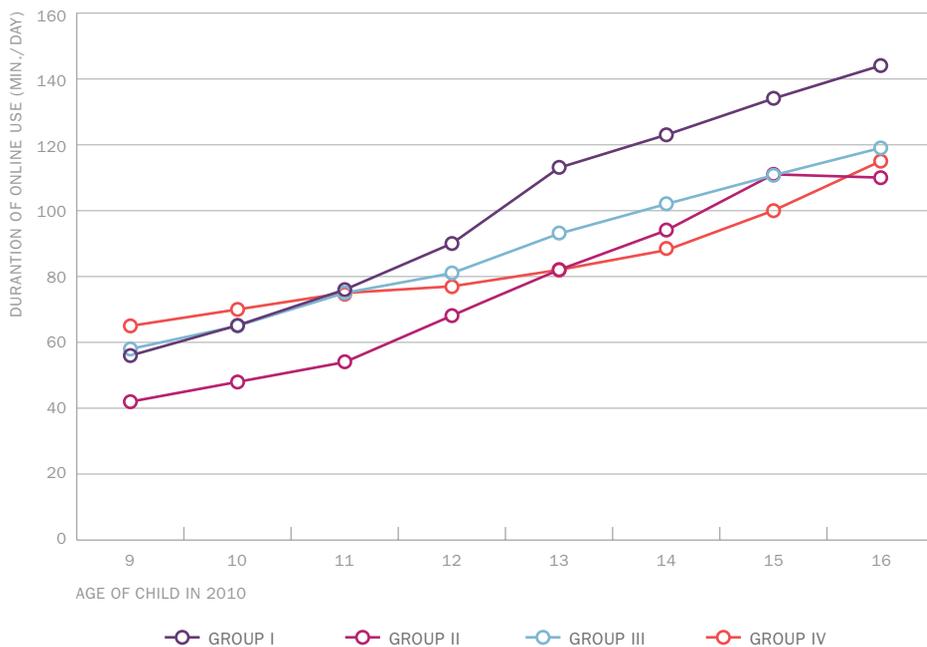


## USE OF ONLINE MEDIA

Regarding how long children use online media and which particular services they prefer, the implicit assumption underlying public debate is that children in countries with an advanced level of online appropriation would spend more time on the Internet, and make use of a wider range of different online activities.

Findings from the EU Kids Online survey on how much time per day children spend on the Internet are somewhat ambiguous (see Chart 2). For the older children and young people, at least, Group I has the longest duration of online use. The other three groups do not fit with the above assumption. On average, children in the least advanced Group IV countries have the second highest duration of use, and those in Group II countries the lowest. The statistical analysis shows a substantial interaction between age and country group, indicating that, in the less advanced countries, younger children use the Internet longer than in advanced countries. The opposite is true for older children.

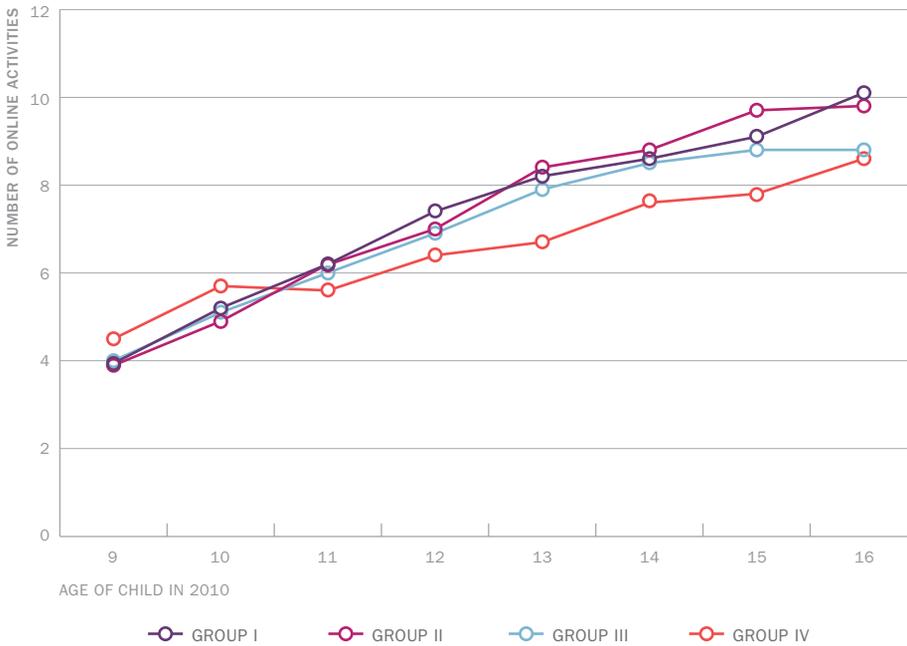
CHART 2  
HOW LONG ARE CHILDREN ONLINE?



In contrast to the dominant story about Internet diffusion going along with a substantial and linear increase of online use, the empirical evidence provides a different picture. The impressive growth rates of online use over the last few years are primarily due to the ongoing increase in terms of access. Once we look at the behavior of those groups that actually use the Internet, the changes over time are not that clear. One of the reasons might be that today's online populations also include many "latecomers," that is, people who are less interested in online communication than the "early adopters."

The next indicator for online use is the range of online activities. EU Kids Online data include the number of online services (out of 17 different types) that were used within the last month (see Chart 3). It is only for 16-year-olds that the four country groups rank exactly as hypothesized. And, on average, children in Group IV countries have the smallest range of activities. In addition to that, the overall findings are rather unclear and do not support the assumption that societal appropriation of online media goes along with a broader range of children's online activities.

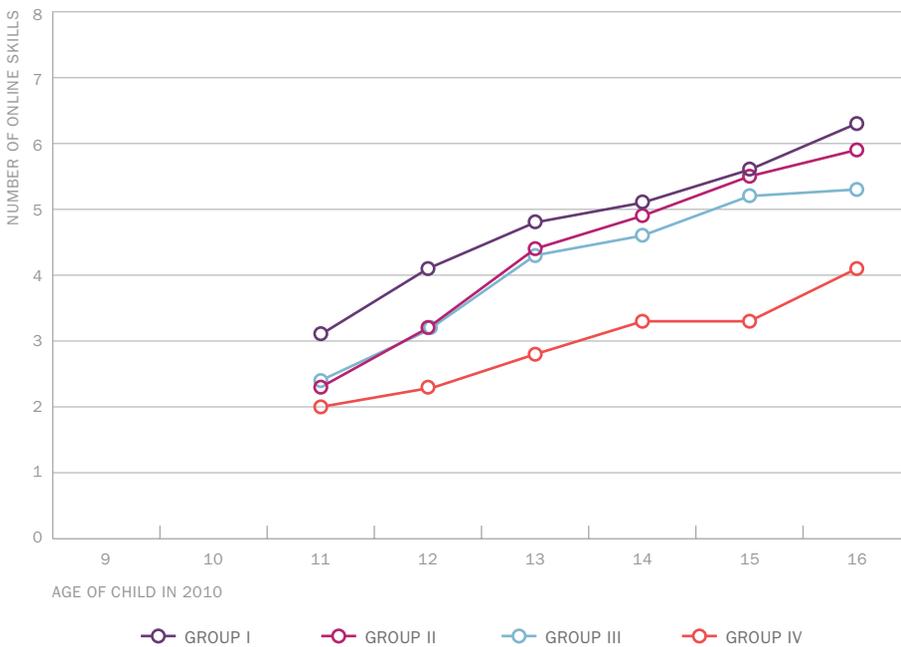
CHART 3:  
RANGE OF ONLINE ACTIVITIES



## ONLINE SKILLS

Regarding online skills, the EU Kids Online data include a variable that measures the number of online-related skills (out of eight) that the child reported having (see Chart 4). Findings fully support the hypothesis that children in more advanced countries are more skilled than those in other, less advanced countries. Throughout the age band surveyed for this indicator (those aged 11–16), the four-country group ranked almost exactly the same according to this hypothesis. The statistical analysis confirms significant contrasts for all of the differences.

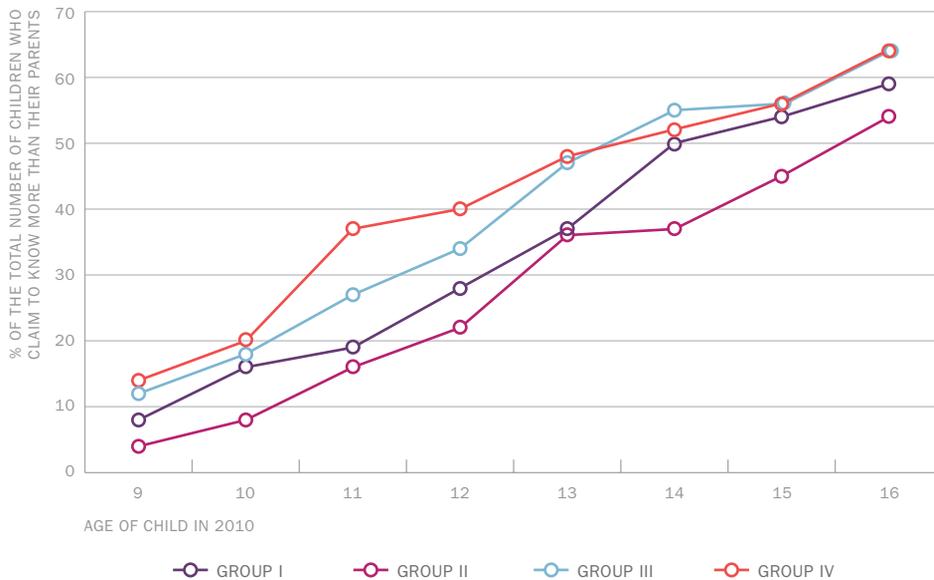
CHART 4  
ONLINE SKILLS



The comparison between the EU Kids Online and the Net Children Go Mobile data confirms the assumption that, within the process of societal appropriation of online communication, online skills are increasing, and this is particularly true for skills related to Internet safety (LIVINGSTONE et al., 2014).

An interesting indicator of skills is the percentage of children who believe that they know more about the Internet than their parents. An important finding from earlier analyses of the EU Kids Online data was that children whose parents have reached a higher level of formal education have more online skills than children of less educated parents, but they are less likely to claim that they know more about the Internet than their parents. Following this finding we can assume that children in advanced countries, whose parents are more familiar with the Internet, will be less likely to claim they know more than their parents (see Chart 5). Findings partly confirm this assumption. Children in Group III and IV countries – who, as we have seen before, actually have fewer skills – are more likely to claim they are more Internet-savvy than their parents. However, the order of Groups I and II contradicts the hypothesis, with fewer children in Group II claiming to know more than their parents.

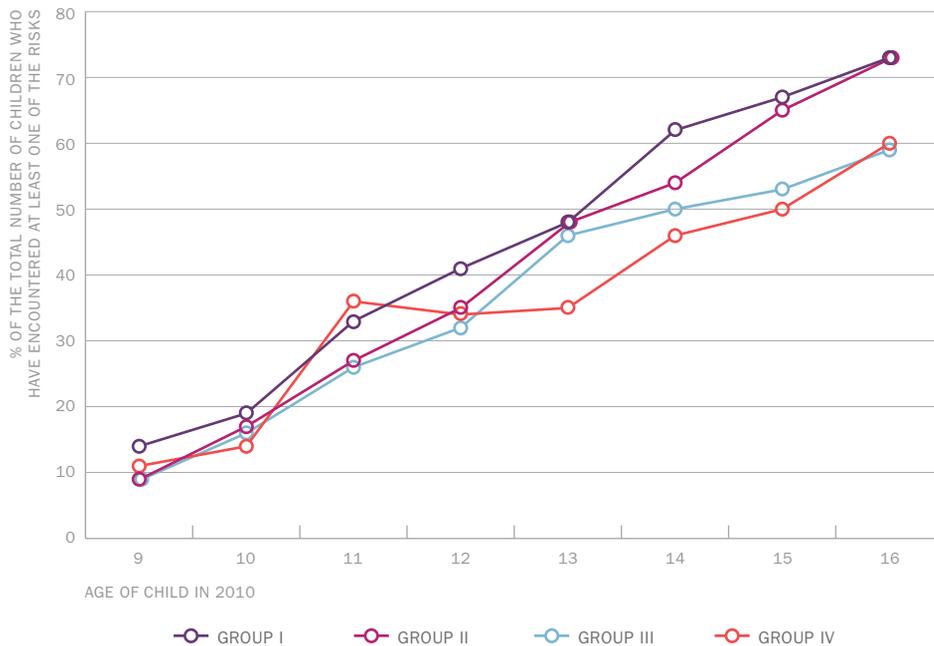
CHART 5  
CHILDREN'S KNOWLEDGE COMPARED TO PARENTS' KNOWLEDGE ABOUT THE INTERNET



### ONLINE RISK AND RESILIENCE

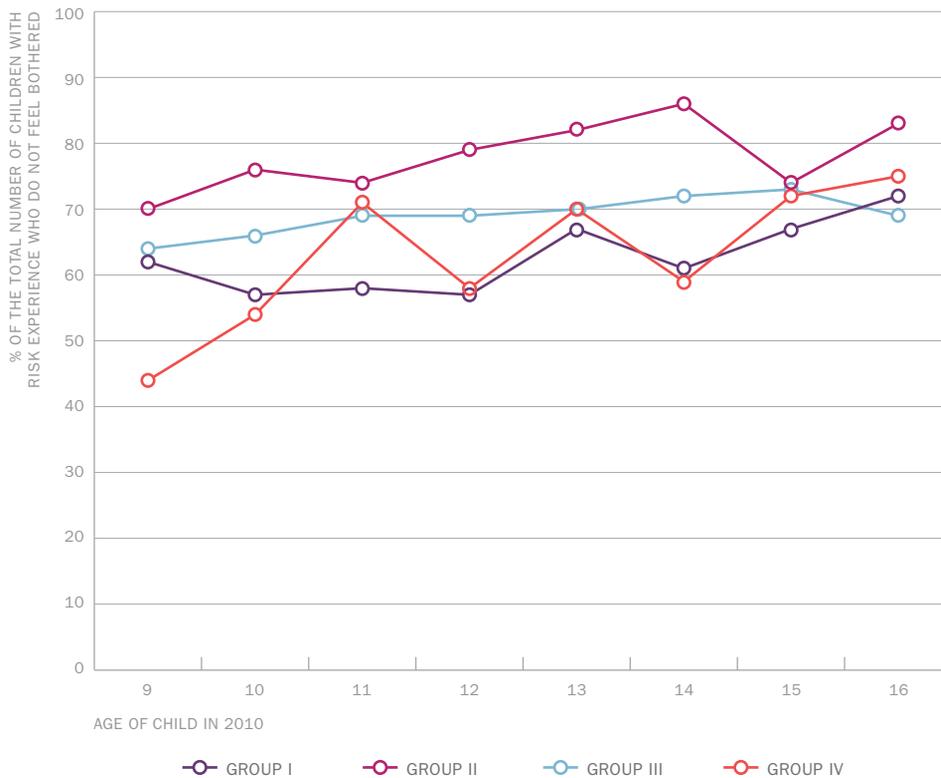
The EU Kids Online survey asked about seven different online risks. Chart 6 shows how many children have experienced at least one of these risks. On average, the findings follow the assumption that risk increases with the ongoing societal appropriation of online communication (Group I: 46%, Group II: 42%, Group III: 38%, Group IV: 36%).

CHART 6  
RISK EXPERIENCES



Among those children who have experienced any risk, the percentage who said they did not experience any event that bothered them on the Internet can be interpreted as an indicator for resilience (D'HAENENS et al., 2013). Again, it is plausible to assume that resilience increases with the continuing process of online appropriation. Chart 7 shows that Groups II (on average 83.6%), III (79.1%), and IV (77.6%) follow this hypothesis, while Group I (78.6%) has a lower degree of resilience than expected.

CHART 7  
RESILIENCE: AMONG THOSE WHO ENCOUNTER RISKS, HOW MANY DO NOT FEEL BOTHERED?



Taking the likelihood of experiencing risk and resilience together, children in Group I countries are most likely to be bothered or upset by something online (14%). However, the ranking of the other three groups rather leads to the conclusion that children's likelihood of feeling bothered or upset by something online increases with the process of societal appropriation (Group II: 8%, Group III: 10%, Group IV: 11%).

Turning to longitudinal data on changes in online risks, in the comparison between EU Kids Online data (2010) and Net Children Go Mobile data (2013/14) for the seven European countries that were included in both studies the findings indicate a slight increase in children's likelihood of being bothered or upset by something online (LIVINGSTONE et al., 2014). Some concrete risks have also increased – for example, hate messages and, to a lesser degree, porn, cyberbullying, and meeting online contacts offline. Only sexual messaging has decreased.

## CONCLUSIONS

In order to analyze changes in children's online uses and experiences, we started from the assumption that differences between countries with respect to the status they have reached in the process of Internet diffusion can be taken as an indicator of change. According to findings from the EU Kids Online survey 2010, children in "advanced" countries start using the Internet at a younger age, tend to spend more time engaged in a broader range of online activities, are more skilled in terms of Internet safety issues, and encounter more online risks but tend to be more resilient. These trends are highly plausible, suggesting a cumulative process of societal appropriation of online communication. However, the findings for some of these aspects were inconsistent, indicating that this appropriation cannot be regarded as a linear and one-dimensional process that all countries follow in exactly the same way.

The EU Kids Online network has proposed a country classification that is based on empirical data concerning children's patterns of use, their experiences of risk and harm, and parental mediation (HELSPER et al., 2013). Table 2 shows how the country groups that have been built in this report – based on independently collected data on Internet diffusion – relate to the four country clusters that have been defined based on children's patterns of use and experience. There is some evidence that the four clusters can be ordered along the line of Internet diffusion. All countries whose children were classified as "supported risky explorers" belong to Group I in terms of Internet diffusion. Most countries that were characterized as "protected by restraint" belong to Group II. Although the evidence for the other groups is less clear, it can be concluded that there is a substantial correlation between Internet diffusion and how children use and experience the Internet: 13 of the 25 countries fall into the framed cells of Table 2. This correlation between the two country classifications supports the assumption that international comparisons can actually provide information about changes over time.

TABLE 2  
GROUPS OF COUNTRIES BASED ON (A) INTERNET DIFFUSION (GROUPS I–IV) AND (B) CHILDREN'S ONLINE EXPERIENCES

Country classification	Group I	Group II	Group III	Group IV
Supported risky explorers	DK, FI, NL, NO, SE			
Protected by restraint	UK	BE, DE, FR, IE	ES, IT, PT	EL, TR
Unprotected networkers		AT, SI	HU, LT	
Semi-supported risky gamers		EE	CY, CZ, PL	BG, RO

SOURCE FOR COUNTRY CLASSIFICATION: HELSPER ET AL. (2013)

The second approach for analyzing ongoing changes in online use was based on the Net Children Go Mobile project, a repeated survey with the same populations, at least for seven countries. Generally, the findings of these studies support the changes that have been observed by international comparisons. However, once the analysis goes into more detail, differences between countries become apparent, stressing that the process of societal appropriation

of online communication is not a linear and one-dimensional process. While the factor of technical innovation and also the strategies of global online players, particularly Facebook, shape children's online experiences across Europe (and beyond), other factors such as local industries and market conditions, and in particular the societal and cultural context and established cultural practices, lead to international variances in how children's online experiences develop.

This overview of the empirical evidence on changes in children's online experiences has shown that we have to deal with a combination of different processes and factors that require a combination of different methods. On the one hand, changes are shaped by accumulative and "slow" processes of appropriating online communication, leading to a broader range of activities and increasing skills and resilience. On the other hand, there are those abrupt changes associated with particular devices, services, and apps, offering new opportunities and leading to new risks. These divergent types of change lead to substantial challenges for longitudinal research, such as finding a compromise between keeping its instruments constant, and including new indicators that are able to assess new developments in the field.

Another methodological issue is the changing composition of survey samples across time. Particularly in countries belonging to Groups III and IV, any follow-up study regarding Internet use will rely on samples that include far more "latecomers." Since we know that Internet access and use are considerably stratified, this means that the new samples represent different parts of the total population than previous samples. Thus, observed changes or stabilities over time can be a consequence of changes in the population under investigation.

This paper has shown that a combination of cross-cultural comparison and comparison across time can help to sort out the complex relationship between an overall process of societal appropriation of online communication and many specific varieties of this process as they can be observed in different social and cultural contexts.

## REFERENCES

- D'HAENENS, L., VANDONINCK, S. and DONOSO, V. *How to cope and build online resilience?* London: LSE, EU Kids Online, 2013. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/48115/>>. Accessed on: Apr 9, 2015.
- HELSPER, E. J. *et al. Country classification: Opportunities, risks, harm and parental mediation.* London: LSE, EU Kids Online, 2013. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/52023/>>. Accessed on: Apr 9, 2015.
- LIVINGSTONE, S. *et al.* with the networks of EU Kids Online and Net Children Go Mobile. *Children's online risks and opportunities: Comparative findings from EU Kids Online and Net Children Go Mobile*, November, 2014. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/60513/>>. Accessed on: Apr 9, 2015.
- LIVINGSTONE, S. *et al. Risks and safety on the Internet: The perspective of European children: Full findings.* London: LSE, EU Kids Online, 2011. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/33731/>>. Accessed on: Apr 9, 2015.
- MASCHERONI, G. and ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: Risks and opportunities* (2nd ed.). Milano: Educatt, 2014a. Available at: <<http://www.netchildrengomobile.eu/reports/>>. Accessed on: Apr 9, 2015.
- MASCHERONI, G. and ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: Cross-national comparisons.* Report D3.3. Milano: Educatt, 2014b. Available at: <<http://www.netchildrengomobile.eu/reports/>>. Accessed on: Apr 9, 2015.

## ONLINE MARKETING COMMUNICATIONS DIRECTED AT CHILDREN AND THE SOCIAL PURPOSE OF THE INTERNET

Ekaterine Karageorgiadis<sup>1</sup> e Renato Godoy de Toledo<sup>2</sup>

### INTRODUCTION

This article discusses the relationship between marketing<sup>3</sup> communications directed at children, their relationship with the virtual world, and the social purpose of the Internet.

Under Brazilian law, advertising targeted at children is abusive<sup>4</sup> and therefore illegal, and Internet practices within the country must respect the social objectives of the Web. Nevertheless, the Child and Consumption Project of the Alana Institute<sup>5</sup> notes the growth of a transmedia advertising model aimed at children with the Internet at its core. This makes it necessary to

---

<sup>1</sup> Lawyer for the Children and Consumption and Absolute Priority projects of the Alana Institute. Bachelor of Law from the University of Sao Paulo. Specialist in Consumer Law from the São Paulo School of Judges. Adviser to the National Council on Food and Nutrition Security.

<sup>2</sup> Researcher for Children and Consumption and Absolute Priority projects at Alana Institute. Bachelor of Social Sciences from the University of São Paulo and in Social Communication - Journalism from Casper Libero College.

<sup>3</sup> According to Resolution 163 of Conanda, in Article 1, Paragraph 1, “marketing communication” refers to any commercial communication activity, including advertising, for the dissemination of products, services, brands and companies regardless of media support or the means used”. Paragraph 2 indicates the following definition: “Marketing communication covers, among other tools, print ads, television commercials, radio spots, banners and websites, packaging, promotions, merchandising, advertising at concerts and performances and product displays at point of sale”.

<sup>4</sup> Marques (1999, p. 346) defines as abusive any “unethical advertising that affects consumer vulnerability, basic social values, or society as a whole.” According to Benjamin (2007, p. 350-351), the concept of abusive advertising includes the concept of consumer exploitation or oppression and any detriment to the protection of values considered important to society as a whole, such as respect for children. Any action that offends public order, unethical, or causes substantial harm to consumers is abusive.

<sup>5</sup> The Alana Institute is a nonprofit civil society organization that, underpinned by the values of “innovation – communication – advocacy”, brings together projects trying to secure conditions in which children can experience their childhoods to the full. Founded in 1994, the Institute currently runs its own projects as well as projects developed in concert with partners. Since 2013 it has been supported by the income from an endowment fund. Its mission is to “honor the child”. [<http://www.alana.org.br>]. The Children and Consumption Project was created to debate and disseminate information on issues relating to children’s consumer rights. This includes highlighting the consumerism to which they are exposed, and advising on how to minimize the damage resulting from such marketing communication strategies. Through the Children and Consumption Project, the Alana Institute aims to provide support and information on consumer rights in all scenarios involving children and on the impact of consumerism on their education, thereby highlighting the power that media, advertising and marketing communications targeted at children have on their lives, habits and values.

consider effective mechanisms to protect an important social value – children’s rights – against marketing abuse through websites and social media networks.

In April 2014, publication of Resolution 163 of Brazil’s National Council for the Rights of Children and Adolescents (CONANDA) and the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet (*Lei do Marco Civil na Internet*, in Portuguese)<sup>6</sup> reinforced the concept of regulating economic activity with the purpose of protecting society and preventing abusive practices. This abuse might arise either in terms of the target audience of its message (children), or because of the route through which the messages are transmitted (the Internet). This article looks at new milestones concerning the Internet and advertising, in light of data from the ICT Kids Online Brazil 2013 survey (CGI.br, 2014b), which has included a new section on consumption and advertising.

## REGULATORY ENVIRONMENT

### RESOLUTION 163 OF CONANDA

The debate on the regulation of advertising aimed at children gained substantial momentum in 2014. With Resolution 163 of CONANDA<sup>7</sup> (legislation that had been planned in the Brazilian legislature since 1990), the unlawfulness of marketing communications directed at children with the intention of persuading them to consume has become more pronounced.

The resolution was published in the Official Gazette on April 4, 2014, resulting from a unanimous decision of the council. It is managed jointly by 14 civil society bodies and 14 representatives of the federal government’s ministries.<sup>8</sup> Their decisions have a normative and deliberative character.

<sup>6</sup> Law nº 12,965 of April 23, 2014.

<sup>7</sup> Conanda is a collegiate body of normative and deliberative character, linked to the Special Secretariat for Human Rights of the Presidency of the Republic, which acts as the highest instance of formulation, determination and control of public policies for children and adolescents at the federal level, overseeing the compliance and the effective implementation of the Statute of the Child and Adolescent standards. Created by the Law n. 8242 of October 12, 1991, it has, specifically, the power to “develop general rules for national care of children and adolescents rights, overseeing implementation tasks”, emphasizing thus its control function for all the system guaranteeing the rights of children and adolescents in Brazil, which comprises the entire society and all state institutions.

<sup>8</sup> At the time of approval, members and alternates participated as directors for civil society: Pastoral Care for Children, Pastoral Care for Minors, St. John Bosco Inspectorate (Salesians), National Federation of APAES, Brazilian Union of Education and Training (UBEE - Marista) Federal Council of Psychology (CFP): Esther Maria de Magalhães Arantes, Brazilian Association of Judges, Prosecutors and Public Defenders of Childhood and Youth (ABMP), Brazil SOS Children’s Villages, National Confederation of Agricultural Workers (CONTAG), National Movement of Street Children (MNMNR), Safe Children, Federal Social Service Council (CFESS), Center for Education and Popular Culture (CECUP), the Brazilian Bar Association (OAB), YMCA of Brazil (ACM), St. Augustine Literary and Charitable Society, National Movement for Human Rights (MNDH), Unified Workers’ Central (CUT), Alana Institute, Brazilian National Federation for Workers of Charitable, Religious and Philanthropic Institutions (FENATIBREF), National Association of Child and Adolescent Protection Centers (ANCED), Brazilian Society of Pediatrics (SBP), National Federation of Associations for the Appreciation of People with Disabilities (FENAVAPE), Faith and Joy Foundation of Brazil, ABRINQ (Brazilian Association of Toy Manufacturers) Foundation: Denise Maria Cesario, Latin American Council of Churches, Movement for the Reintegration of People Affected by Hansen’s Disease (Morhan), Brazil Scouts: David Marcial Ortolan.

The principle of the resolution is based on regulations already anticipated in Brazilian legal documents in force, namely: Article 227 of 1988 Federal Constitution, which establishes the priority of children's rights<sup>9</sup>; the Statute of the Child and Adolescent (ECA)<sup>10</sup>, which underpins the doctrine of the best interests of children; and the Consumer Protection Code (CDC)<sup>11</sup>, which since its enactment in 1990 has determined the illegality of abusive advertising that "takes advantage of the lack of judgment and experience of children", as provided in Article 37, paragraph 2.

In Article 2, the resolution defines as abusive any advertising that persuades children to purchase a product or service. Criteria are provided to aid in interpretation of its provisions by those enforcing the Consumer Defense Code when analyzing a specific case, namely the Consumer Protection Agency (PROCONS), Public Prosecutor's Office, Public Defenders' Office and the Ministry of Justice:

Because of the national policy of protecting children and adolescents, it is considered improper to target advertising and marketing communications at children with the intention of persuading them to consume any product or service, using, among others, the following:

- I. Children's language, special effects and excessive use of color;
- II. Soundtracks of children's voices or songs sung by children;
- III. Representations of children;
- IV. People or celebrities who appeal to children;
- V. Characters or entertainers popular among children;
- VI. Cartoons or animation;
- VII. Dolls or other toys;
- VIII. Offers of prizes, gifts or collectibles that appeal to children;
- IX. Competitions or games that appeal to children.

The publication of the regulation was widely publicized by the media and was the subject of intense debate among civil society, as well as on the part of the advertising market and advertisers, who hastened to demonstrate their opposition to any restrictions on advertising. Soon after its publication, advertising marketing, editorials and broadcasters associations issued a statement<sup>12</sup> in which they claimed to be defenders of democratic state law favoring the exclusive competence of the Legislature to address regulation for advertising, and trying to delegitimize the work of the National Council.

---

<sup>9</sup> Article 227 of the Brazilian Federal Constitution [emphasis added]: "It is the duty of the family, the society and the State to accord children, adolescents and young people absolute priority to the right to life, health, nourishment, education, leisure, professional training, culture, dignity, respect, freedom and family and community life, and to guard them from all forms of negligence, discrimination, exploitation, violence, cruelty and oppression."

<sup>10</sup> Law n. 8,069, of July 13, 1990.

<sup>11</sup> Law n. 8,078, of September 11, 1990.

<sup>12</sup> Available at: <<http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/22580-nota-publica-publicidade-infantil>>. Accessed on: March 8, 2015.

The national debate generated by Resolution 163 gained even more notoriety when the National Institute for Educational Studies and Research (INEP) chose children's advertising as the essay theme in the National Secondary Education Exam (ENEM) in 2014, in which more than 8 million students were enrolled.<sup>13</sup>

### THE BRAZILIAN CIVIL RIGHTS FRAMEWORK FOR THE INTERNET

Concomitant to the process that led to Resolution 163 of CONANDA, Brazilian civil society achieved a major breakthrough in national communications policy with the presidential sanction of Law No. 12,965, known as Brazilian Civil Rights Framework for the Internet on April 23, 2014.

The process of drafting the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet began in 2009, after a public consultation involving a partnership between the Office of Legislative Affairs of the Ministry of Justice and the Center for Technology & Society at the Getulio Vargas Foundation Law School in Rio de Janeiro.

During the first phase of discussions, between October 29 and December 17 2009, there were more than 800 contributions, including comments, emails and proposals on websites.

Based on the suggestions from Phase 1, and in the interests of achieving a better systematization of the legal text, the preliminary project adopted an innovative platform for the participation of civil society organizations, representatives of technical and academic areas, the business community and ordinary citizens interested in the topic.

After 29 attempts to get a vote, and in the midst of an intense debate among representatives of the telecommunication sector, government and society, on March 25, 2014, Bill No. 2126, 2011 was finally passed in the House of Representatives. It was sent to the Senate the next day, becoming known by its PLC number, 21, 2014.

The Brazilian Civil Rights Framework for the Internet was reviewed simultaneously by the following committees: Science, Technology, Innovation, Communication and Computing Committee (CCT); Environment, Consumer Rights, and Inspection and Control Committee (CMA); and Constitution, Justice and Citizenship (CCJ).

Finally, on April 23, the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet was sanctioned by the President during the NETMundial event. The final text contains important mechanisms for protecting the rights of users against marketing abuse.

In combination with other Brazilian legal frameworks, it allows advertising directed at children to be interpreted as being incompatible with the social objective of the Web, provided for in Article 2, section VI. The law also provides for respect for "human rights, personal development and the exercise of citizenship in digital media" (Article 2, II), and the "application of consumer protection in consumer relations carried out on the Internet" (Article 7, III).

Although in different ways, the involvement of civil society was a determining factor in both Resolution 163 of CONANDA and the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet whose

<sup>13</sup> Available at: <[http://download.inep.gov.br/educacao\\_basica/enem/provas/2014/CAD\\_ENEM\\_2014\\_DIA\\_2\\_08\\_ROSA.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_basica/enem/provas/2014/CAD_ENEM_2014_DIA_2_08_ROSA.pdf)>. Accessed on: March 15, 2015.

publication dates were only 19 days apart. In addition to strengthening the constitutional notion of society as an agent for promoting public policies through consultative mechanisms and legal advice, both documents strengthen the regulation of commercial practices to strengthen rights and prohibit economic abuse against citizens.

Despite this, and inconsistent with the absolute priority of children, the Internet has nevertheless been used by companies to target their products at children with the intention of persuading them to consume, disregarding both children's rights and the social purpose of the Web.

### EXAMPLES

The Alana Institute's Children and Consumption Project receives complaints about corporate campaigns that use a transmedia narrative and the Internet to target advertisements at children with the intention of persuading them to consume.

### CHILDREN AND ADVERTISING IN 2013: CURRENT SCENARIO

To clarify the importance of the Internet in the daily life of Brazilian children, it is worth bringing to the discussion the data from ICT Kids Online Brazil 2013 survey (CGI.br, 2014b), which for the first time included questions about advertising and consumption.

The ICT Households 2013 survey pointed out that 75% of Brazilian children, i.e. 10 to 15 years old, were Internet users (CGI.br, 2014th). Among the Internet users interviewed by the ICT Kids Online Brazil survey, 61% claimed to have seen advertising on social media networks. There was also an indication about user interactions with the advertising world: among those who had their own profile on social media networks, 57% said they had "liked" advertisements on a platform, 36% said they had shared such advertisements, 21% said they had "unliked," them, and 20% said they had blocked an ad.

Rather than helping to protect children, companies take advantage of children's interest in knowledge, entertainment, and technology to advertise services and products through websites that, at first glance, appear to have only recreational or educational objectives. Increasingly, companies are launching children's Internet portals to convey commercial messages through educational and entertainment content. Food products and toys, for example, are shown on children's websites in the midst of games, activities and videos in the shape of "advergames", disguising their commercial purpose and recording images and brand names in children's memories in association with positive content.

Besides seeking to foster brand loyalty among children, they are also encouraged to act as brand advocates who promote products among their peers and guardians. In this context, Yves de La Taille<sup>14</sup> states:

If there is a moral problem with manipulation, this is not just because it exists in various social relations. The moral problem occurs when the beneficiary of the manipulation is the handler, not the person manipulated. [...] Manipulation can happen to manipulate someone else for the benefit of those who handle. For example, if someone tries to convince another person that is in their interest to do this or that, when, in fact, that interest does not exist and the other's conviction will bring advantage to those seeking to impose certain ideas, we have a moral transgression.

Two recent examples of advertising campaigns for school materials illustrate the use of the Internet as a way to bring children into contact with advertising messages aimed directly at them.

### TILIBRA SELFIE

The Tilibra Selfie campaign<sup>15</sup> exploits the trend within the Brazilian market for rapid growth in the use of mobile phones for Internet access. The series of ICT Kids Online Brazil surveys show this evolution: in 2012, 21% of Internet users from 9 to 17 years old said they accessed the Internet from mobile phones; in 2013, that percentage jumped to 53%, exceeded only by access through desktops (71%).

The campaign of the company that produces school supplies is directed at children and is available in online stores for mobile and Facebook, which implies the creation of profiles with fake birth dates, since the minimum age for getting on to this social media network is 13 years old. The company platform lets kids choose photos and produce photo collages using childhood characters from TV series such as *Chavo*, *Tinker Bell* and *Monster High*.

These characters, in turn, are also found on the covers of that brand's notebooks and diaries. The Tilibra Selfie application allows users to post photos on Facebook "alongside their favorite characters," as announced in the application's campaign on YouTube<sup>16</sup>. Children can take a picture and instantly attach a picture of the character of their choice through the application.

While there may be cases where a dose of subjectivity is necessary to define what the public considers to be advertising, in this case there is no doubt: the brand offers children proximity to "their favorite characters" in a clear contravention of the Brazilian legal system.

<sup>14</sup> TAILLE, Yves de La. Opinion on PL 5921/2001 upon request of the Federal Council of Psychology, "Advertising aimed at children - psychological considerations." Available at: <[http://site.cfp.org.br/wpcontent/uploads/2008/10/cartilha\\_publicidade\\_infantil.pdf](http://site.cfp.org.br/wpcontent/uploads/2008/10/cartilha_publicidade_infantil.pdf)>. Access: March 7, 2015.

<sup>15</sup> Available at: <[https://www.facebook.com/tilibra/app\\_713484552053205](https://www.facebook.com/tilibra/app_713484552053205)>. Accessed on: March 17, 2015.

<sup>16</sup> Available at: <<https://www.youtube.com/watch?v=QSAmpBNral>>. Accessed: on March 8, 2015.

## THE FORONI CHALLENGE

A competing brand of school products, Foroni, presented a back-to-school campaign based on getting children to perform in videos in their schools similar to the ones in the brand's<sup>17</sup> campaign.

Advertisements with Foroni's jingle were broadcast on the Internet and on children's channels, especially during the back-to-school period in the first two months of 2015.

The website campaign used imperative verbs to encourage children to participate in the promotion: "Watch the new commercial for Foroni and download the music. [...] Invite the students in your school to make a video inspired by this film, with the same music. [...] Fill out the registration form and send the video from your school."

In this campaign, in addition to urging children to make videos playing the jingle and featuring the brand logo, the company asked students to mobilize school boards to participate in the promotion. The winning school would receive a laptop, a projector, and a thousand notebooks from Foroni. And the student responsible for the video could win a trip to Orlando or Canada.

Again, there is no doubt regarding the company's intention of establishing its products in children's minds, in this case by using them as receivers of the marketing message and agents of the brand itself.

There is a further aggravating factor in the way in which the company suggests that activities with playful social content be held in schools, placing the brand as the main mediator and utilizing its jingles and products. The brand openly encourages children to act as salespersons, and organizes "junior *YouTubers*"<sup>18</sup> meetings. These can then be seen on the video sharing website sponsored by the brand, which thereby maintains a constant presence within the childhood world. The most popular "junior *YouTubers*"<sup>19</sup> for example, has been seen 106,603,132 times since August 2007, and had 281,136 subscribers. The channel presenter also participates in Foroni's brand campaigns.

## CONCLUSIONS

The transmedia communication strategies presented here, using the Internet as the center of marketing communication, damages both children's right to full protection with absolute priority and the social purpose of the Web.

The strategies exploit well-known childhood characters to draw children into paying attention to advertising campaigns that promote corporate brands. The socialization induced by these advertising strategies relies on sharing advertising messages through social media networks, and the impact of transferring actions from the virtual world into the school environment.

<sup>17</sup> Available at: <<http://www.desafioforoni.com.br/>>. Accessed on: March 6, 2015.

<sup>18</sup> Available at: <<https://www.facebook.com/clubeforoni1/photos/a.894853120535570.1073741833.623819984305553/894853930535489/>>. Accessed on: March 17, 2015.

<sup>19</sup> Available at: <<https://www.youtube.com/user/paulaloma29>>. Accessed on: March 17, 2015.

There are authors from the marketing area who even advocate using brands and characters associated with products within schools, as a way to maximize children's exposure to commercial stimuli.

Nicolas Montigneaux, in his book *Target Audience: Children (Público-alvo: crianças*, in Portuguese), highlights the importance of this area and suggests that companies proceed cautiously, to avoid their actions resembling advertising:

Schools are the ideal place for communication targeted at young consumers. The attention of the children is sustained and the environment allows for the discussion of brand narratives. For ethical and legal reasons, the brands will ban the practice of advertising in the classic sense of the word, and make their ads with genuine pedagogical content (2005, p.236).

According to the author, this marketing could be disguised as "pedagogical action" (distribution of materials) or "commercial actions" (distribution of samples or gifts).

In fact, advertising in schools was one of the sub-themes arising from the discussions about Resolution 163, which generated technical note 21/2014/CGDH of the Ministry of Education (MEC)<sup>20</sup> directing schools to prohibit such practices. The Federal Public Prosecutor's Office, through the Regional Attorney for Citizens' Rights of São Paulo, issued recommendations no. 66 and 67 in 2014 concerning advertising activity in schools<sup>21</sup>, and in March 2015 the State of São Paulo Prosecutor's Office issued a technical note on the subject.<sup>22</sup>

The leading role of civil society in formulating regulations, as in Resolution 163 and the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet, is part of the strengthening of a participatory political culture. Political scientist Leonardo Avritzer points out that in the 20<sup>th</sup> century the country went from a position of low propensity for associations to being one of the countries with the highest rates of participatory practices in the world.<sup>23</sup>

Both Resolution 163 and the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet are regulations that aim to protect citizens against possible marketing abuse and are based on participatory arrangements.<sup>24</sup>

<sup>20</sup> Available at: <<http://criancaconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/06/NotaTecnicaMEC.pdf>>. Accessed on: March 9, 2015.

<sup>21</sup> Available at: <<http://criancaconsumo.org.br/noticias/ronald-mcdonald-nao-deve-mais-fazer-shows-em-instituicoes-de-ensino-paulistas/>>. Accessed on: March 15, 2015.

<sup>22</sup> Available at: <<http://criancaconsumo.org.br/noticias/ministerio-publico-apresenta-nota-tecnica-sobre-publicidade-em-escolas/>>. Accessed on: March 16, 2015.

<sup>23</sup> Available at: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762008000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762008000100002&script=sci_arttext)>. Accessed on: March 13, 2015.

<sup>24</sup> Available at: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762008000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762008000100002&script=sci_arttext)>. Accessed on: March 13, 2015.

In insisting on these abusive practices, companies prioritize profit over the acknowledgement of the civil society's role as a political agent. Thus, concerning children's Internet advertising, as provided for in Article 227 of the Federal Constitution, the state, family and society, including companies, each has its own scope of activity. This extends to the dissemination of content, effective enforcement of legislation, control and punishment for abuses, and effective social action. In this context, preserving the absolute priority of the interests of children over online marketing stimuli is important.

## REFERENCES

BENJAMIN, A. H. de V. e. Das práticas comerciais. In: GRINOVER, A. P. et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 251-503.

BRAZIL. *Constitution of the Federative Republic of Brazil - 1988*. Brasília, DF: Senado, 1988.

\_\_\_\_\_. *Child and Adolescent Statute*. Federal Law n. 8069, 13th of July 1990. Brasília, DF: Senado, 1990.

\_\_\_\_\_. *Brazilian Consumer Defense Code*. Law n. 8.078, 11th of September 1990. Brasília: Diário Oficial da União, 1990.

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Accessed on: Mar 13, 2015.

\_\_\_\_\_. *Survey on the use of Information and Communication Technologies in Brazil – ICT Households and Enterprises 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014a. Available at: <[http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC\\_DOM\\_EMP\\_2013\\_livro\\_eletronico.pdf](http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf)>. Accessed on: Mar 13, 2015.

\_\_\_\_\_. *ICT Kids Online Brazil 2013: Survey on Internet Use by Children in Brazil*. São Paulo: CGI.br, 2014b. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Accessed on: Mar 13, 2015.

JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

MARQUES, C. L. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

MONTIGNEAUX, N. *Público-alvo: crianças*. São Paulo: Campus, 2005.



## INTERNET USE AND APPROPRIATION BY CHILDREN: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE LATEST EDITIONS OF ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEYS

Jane A. Marques<sup>1</sup>

The objective of this article is to compare the results obtained from the ICT Kids Online Brazil survey, which was carried out in 2012 and 2013 by the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br, 2013a; 2014a). The goal of these surveys was to “measure the uses and habits of Brazilian Internet users from 9 to 16 years of age in terms of information and communication technologies (ICT), focusing on the opportunities and risks related to Internet use<sup>2</sup>.”

In the first edition, interviews were conducted in 1,580 households and, in the second, in 2,261. Through personal interviews with children who are Internet users, along with their respective parents/legal guardians, a structured questionnaire was applied, based on the European model and adapted to the Brazilian reality.

Data from of the two surveys permitted various types of analysis. The results explaining the interviewed children’s profiles were compared, taking some cross-referencing into account when possible (for example, social class, age group and household income), as was done with the data from the first survey (MARQUES, 2013). This was done to determine whether there were any variations in terms of Internet use and appropriation by this population.

---

<sup>1</sup> Master’s Degree and PhD in Communication Sciences, Associate Professor in Communications and Marketing at the University of São Paulo (USP). Professor of the Graduate Studies course in Aesthetics and History of Art and Undergraduate course in Marketing, both from USP. Guest professor of the Federal University of Pará, as a member of the permanent staff of its Graduate Studies Program in Communications, Culture and the Amazon.

<sup>2</sup> It is important to note that since 2013, the ICT Kids Online Brazil survey includes 17-year-olds in its sample.

Data published by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) show that Internet access in Brazilian households has increased in the last few years. In 2011, 49% of households had Internet access; this number rose to 51% in 2013 (CGI.br, 2013b; 2014b). The youngest age group (10 to 15 years old) was far above the average; 70% were Internet users in 2012, and this number rose to 75% in 2013 (CGI.br, 2013b; 2014b).

The ICT Households survey (CGI.br, 2012; 2014b) showed that among younger children there is the biggest proportion of Internet users compared to all the other age groups, including the youngest group (10 to 15 years old): from 2011 to 2013, the proportion of Internet users in this age group rose from 68% to 75% (Table 1), showing a higher frequency of Internet use.

TABLE 1  
PROPORTION OF INTERNET USERS BY AGE GROUP

Age group	% Internet use	
	2011	2013
10 to 15 years	68	75
16 to 24 years	72	77
25 to 34 years	56	66
35 to 44 years	44	47
45 to 59 years	26	33
60 years or older	9	11

Frequency of Internet use (Table 2) showed a slight increase between the two surveys. Those who accessed the Internet at least once or twice a week reached 85% in 2012 and 90% in 2013. The figures for 2013 were even higher among respondents from the upper socioeconomic classes, since virtually all (98%) those belonging to classes AB claimed to use the Internet at least once or twice a week, as opposed to 66% of those from classes DE.

The results also indicate that Internet use increased with age between the two surveys, at least among those who accessed the Internet every day: 9- and 10-year-olds rose from 36% to 49%; 11- and 12-year-olds grew from 43% to 50%; 13- and 14-year-olds climbed from 53% to 65%; and 15- to 17-year-olds jumped from 56% to 74%.

TABLE 2  
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS

Frequency	General %		Age group (%)								Social class (%)					
			9-10 years		11-12 years		13-14 years		15-17 years(*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Every day or almost every day	47	63	36	49	43	50	53	65	56	74	66	77	45	62	17	32
Once or twice a week	38	27	45	42	41	39	34	22	32	18	29	21	39	30	53	34
Once or twice a month	10	8	12	7	12	8	9	11	8	6	3	1	10	6	24	27
Less than once a month	5	2	7	2	4	3	4	2	4	2	1	1	6	2	7	7
Does not know	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(\*) 17-year-old Internet users were not interviewed in the 2012 survey.

Children are more precocious in terms of Internet access (Table 3), which was already the case with the youngest age group in the first survey. A significant portion of children 9 and 10 years old reported accessing the Internet for the first time when they were learning to read and write (between 6 and 7 years old): the percentage rose from 35% in 2012 to 37% in 2013. These figures are even more striking when compared to older children (15 to 17 years old) who reported accessing the Internet for the first time at that age. This percentage, which was already minute, dropped from 7% in 2012 to 6% in 2013. Children are surfing the Internet earlier, and this can be corroborated among older respondents (15 to 17 years old), who mentioned having accessed the Internet at age 11 or older, accounting for 56% in 2012 and 60% in 2013.

TABLE 3  
PROPORTION OF CHILDREN BY AGE OF FIRST INTERNET ACCESS, BY AGE GROUP

Age	General %		Age group (%)							
			9-10 years		11-12 years		13-14 years		15-17 years (*)	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Up to 6 years old	9	8	14	23	12	6	5	5	5	4
7 years old	8	7	21	14	8	11	4	9	2	2
8 years old	13	12	23	27	13	15	11	10	6	5
9 years old	14	10	24	23	17	15	11	7	7	4
10 years old	19	17	9	7	24	27	22	20	18	15
11 years old	9	11	0	0	13	16	16	15	7	11
12 years old	10	9	0	0	8	5	12	17	17	11
More than 12 years old	12	18	0	0	0	0	11	11	32	38
Does not remember	7	8	9	6	5	5	7	5	5	10

(\*) 17-year-old Internet users were not interviewed in the 2012 survey.

Table 4 shows the most common locations for children to access the Internet in 2012 were associated with their homes or a relative's home (Table 4): the living room (68%), the child's own bedroom or another private room in the house (57%) or a relative's home (54%). These figures increased for 2013; they were cited by 40%, 26% and 38% of children, respectively. These figures were also higher among users from higher socioeconomic classes (AB): 83% in 2013 (61% in 2012) reported using the living room; 74% their own bedroom (38% in 2012); and 65% a relative's home (45% in 2012).

In all income groups and social classes, there was a small drop in Internet access at school, which was 42% in 2012 and decreased to 37% in 2013, as well as in LAN houses/cybercafés, mentioned by 35% in 2012 and 22% in 2013. However, Internet access in libraries, telecenters and other public places increased from 5% in 2012 to 7% in 2013, especially among children from classes AB, where the proportion ranged from 2% to 12%, indicating that these locations are providing more Internet access to users.

TABLE 4  
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET, BY HOUSEHOLD INCOME AND SOCIAL CLASS

Location of access	General %		Household income (%)								Social class (%)					
			Up 1 MW		More than 1 MW up to 2 MW		More than 2 MW up to 3 MW		More than 3 MW		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Living room (or other public room) at home	40	68	20	46	28	62	48	71	63	85	61	83	36	67	12	42
Child's own bedroom (or other private room) at home	26	57	13	48	22	43	28	56	39	75	38	74	25	50	10	42
Relative's home	38	54	31	36	37	53	40	53	45	65	45	65	38	52	23	37
Friend's home	34	45	27	35	35	33	31	48	38	61	36	59	34	39	26	37
School	42	37	41	36	36	31	43	39	51	44	49	39	39	37	39	32
When 'out and about' by mobile phone	18	35	12	30	14	23	17	36	23	46	20	41	18	33	11	28
LAN house or cybercafé	35	22	53	29	40	25	29	23	18	17	15	18	39	21	57	35
Public library, telecenter or other public place	5	7	6	4	5	5	3	7	8	11	2	12	6	5	6	5
Other	-	1	-	1	-	0	-	2	-	1	-	1	-	1	-	0

MW: Minimum wage.

It is also worth noting the time spent on the Internet on weekdays (Table 5), since there were fewer who mentioned accessing up to one hour a day (54% in 2012 and 44% in 2013). These users were spending more time on the Internet, especially older children (15 years old and up): in 2012, 14% of the Internet users in this age group accessed the Internet for more than 4 hours, whereas in 2013, there were 20%, which implies that they have more power to decide how to distribute their time throughout the day and/or are less controlled by their parents or legal guardians.

It is also interesting to observe that the time children from class C surfed the web was equal to classes AB, which makes them similar in terms of Internet use and appropriation. For example, young Internet users from class C who spent more than 2 hours a day accounted for 35% in the most recent data collection (in 2013), which was previously 21%; the proportion among users from classes AB remained virtually the same (32% in 2012 and 33% in 2013). It is implied that if Internet use in their own homes and relatives' homes has increased (Table 4), these users probably have more opportunities to spend more time on the World Wide Web.

TABLE 5  
PROPORTION OF CHILDREN BY TIME SPENT ON THE INTERNET ON WEEKDAYS, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS

Time	General %		Age group (%)								Social class (%)					
			9-10 years		11-12 years		13-14 years		15-17 years *)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Up to 1 hour	54	44	71	65	56	49	48	41	41	32	43	39	54	40	70	61
From 1.5 hours to 2 hours	20	21	14	18	25	25	20	27	21	20	22	25	20	21	15	17
From 2.5 hours to 3 hours	9	15	7	6	7	12	9	13	14	20	11	13	10	17	2	5
From 3.5 hours to 4 hours	4	6	2	4	2	4	6	6	7	7	7	7	4	6	1	2
More than 4 hours	8	12	1	3	5	6	12	11	14	20	14	13	7	12	3	9
None of the options	3	3	4	5	3	4	3	2	3	2	2	1	4	3	4	5
Does not know	1	0	2	0	2	0	1	0	1	0	0	0	1	0	4	0

(\*) 17-year-old Internet users were not interviewed in the 2012 survey.

There was a small drop in weekend use from 2012 to 2013 among those who stayed connected for a short time (up to one hour) (Table 6). On the other hand, those who usually accessed the Internet for more than two hours on the weekend increased from 35% in 2012 to 42% in 2013.

The percentage of respondents from lower social classes (C and DE) who spent over two hours surfing the Internet on weekends jumped the most in 2013 survey: from 32% to 46% among those from class C, while in classes DE it rose from 10% to 23%. These results suggest that those with less purchasing power may not have other entertainment and leisure options on weekends.

TABLE 6  
PROPORTION OF CHILDREN BY TIME SPENT ON THE INTERNET ON WEEKENDS, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS

Time	General %		Age group (%)								Social class (%)					
			9-10 years		11-12 years		13-14 years		15-17 years (*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Up to 1 hour	30	27	44	46	28	31	27	20	23	20	23	20	31	26	40	43
From 1.5 hours to 2 hours	22	21	16	21	26	22	26	30	20	16	20	26	23	20	25	16
From 2.5 hours to 3 hours	11	11	8	11	13	10	10	13	12	10	13	12	11	11	4	7
From 3.5 hours to 4 hours	8	12	7	7	6	10	8	6	7	18	10	12	7	15	2	2
More than 4 hours	16	19	6	8	12	14	17	20	26	26	26	21	14	20	4	14
None of the options	12	10	17	8	12	13	9	10	11	9	7	8	13	9	20	16
Does not know	2	0	1	0	3	0	1	0	1	1	1	1	1	0	5	0

(\*) 17-year-old Internet users were not interviewed in the 2012 survey.

The number of hours spent connected to the Internet has clearly risen, on both weekdays and weekends (Table 7), with a small increase on weekends. In terms of those who accessed the Internet for more than two hours during the week, there was an increase of 12 percentage points (going from 21% in 2012 to 33% in 2013), while the increase was only 7 p.p. for weekends (from 35% in 2012 to 42% in 2013).

TABLE 7  
PROPORTION OF CHILDREN BY TIME SPENT ON THE INTERNET  
ON WEEKDAYS AND WEEKENDS

Time	Weekdays %		Weekends %	
	2012	2013	2012	2013
Up to 1 hour	54	44	30	27
From 1.5 hours to 2 hours	20	21	22	21
From 2.5 hours to 3 hours	9	15	11	11
From 3.5 hours to 4 hours	4	6	8	12
More than 4 hours	8	12	16	19
None of the options	3	3	12	10
Does not know	1	0	2	0

In the 2013 survey, among young Internet users who had their own social networking profiles<sup>3</sup>, 92% reported having only one profile and 8% had more than one profile; in 2012, only 73% had one and 27% had more than one (Table 8). It is interesting to note the increase in the number of social network sites used between 2012 and 2013, since in the 2012 survey it was only Facebook and Orkut.

Facebook continued to be the social network that most attracted children who used the Internet (from 61% in 2012 to 83% in 2013). Even the youngest group (9 and 10 years old) had at least one profile on that network (going from 46% in 2012 to 62% in 2013), although this kind of social interaction is not considered age-appropriate. However, as respondents get older, their percentage also increases, corresponding to 94% among children 15 to 17 years old in 2013, compared to 72% in 2012.

It is noteworthy that while Orkut has lost users (from 39% in 2012 to 15% in 2013), other social networking sites such as Google+ (37%) and Instagram (16%) were mentioned by young people in the 2013 survey. These two were more common among teenagers: 40% for Google+ and 19% for Instagram among 13- and 14-year-olds, and 39% for Google+ and 25% for Instagram among 15- to 17-year-olds. Among respondents from higher social classes (AB), 41% cited using Google+ and 27% Instagram.

<sup>3</sup> Based on the social network sites primarily used by the child

TABLE 8  
PROPORTION OF CHILDREN BY SOCIAL NETWORK USED, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS

Social network	General %		Age group (%)								Social class (%)					
			9-10 years		11-12 years		13-14 years		15-17 years (*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Facebook	61	83	46	62	49	79	67	86	72	94	76	91	57	83	36	70
Google+	-	37	-	27	-	39	1	40	-	39	-	41	-	37	-	28
Instagram	-	16	-	3	-	7	-	19	-	25	-	27	-	13	-	4
Orkut	39	15	54	9	51	13	32	14	28	18	24	20	42	13	64	9
Other	-	5	-	1	-	2	-	8	-	6	-	10	-	3	-	0
Does not know	-	0	-	1	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0
Does not use social networks	-	13	-	29	-	16	-	12	-	5	-	6	-	13	-	27

(\*) 17-year-old Internet users were not interviewed in the 2012 survey.

In terms of the number of contacts young Internet users said they had on social networks (Table 9), there was a small increase from 2012 (50%) to 2013 (57%) in children with over 100 contacts. It is interesting to note that this number rises in relation to age group (66% for 13- and 14-year-olds, and for 15 - to 17-year-olds).

TABLE 9  
PROPORTION OF CHILDREN BY NUMBER OF CONTACTS  
THEY HAVE ON THEIR SOCIAL NETWORKING PROFILE, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS

Social network	General %		Age group (%)								Social class (%)					
			9-10 years		11-12 years		13-14 years		15-17 years (*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Up to 10	6	5	12	8	8	6	5	7	2	4	4	9	6	4	8	4
11-50	21	19	51	29	28	27	16	11	8	17	21	15	20	23	29	14
51-100	22	16	23	33	25	21	23	13	17	11	17	17	24	15	19	17
101-300	29	28	9	22	28	25	32	30	36	31	34	23	26	29	28	41
More than 300	21	29	4	4	10	17	24	36	36	35	23	34	22	27	15	20
Does not know/Does not remember	1	3	0	4	1	4	1	2	2	2	1	3	2	2	1	3

(\*) 17-year-old Internet users were not interviewed in the 2012 survey.

It can be said that young Internet users show little concern about who can see what they post on their social networking profiles (Table 10): 42% made their entire profiles public, and 23% provided partially private profiles. Regarding private profiles (i.e., visible only to friends), 42% had private profiles in 2012, compared to 32% in 2013. Only a few respondents did not know what kind of privacy settings they used on social networks: that figure increased from 2% in 2012 and 3% in 2013. It would be presumptuous to assume that these young users are unaware of this feature on social networks.

TABLE 10  
PROPORTION OF CHILDREN  
BY TYPE OF PRIVATE SETTINGS ON THEIR SOCIAL NETWORKING PROFILES

Privacy setting	General %	
	2012	2013
Public, everyone can see	25	42
Private, only their friends can see	42	32
Partially private, friends of friends or their networks can see	31	23
Does not know	2	3

The main activities carried out by children on the Internet (Table 11) were: doing schoolwork (from 82% in 2012 to 87% in 2013), accessing social networks (from 68% in 2012 to 81% in 2013) and doing research using search engines, such as Google and Yahoo (80% in 2013). Doing schoolwork was the main activity cited by Internet users from 9 to 14 years old. Only interviewees 15 years old or older, in 2013, used the Internet primarily to access social networks (93%), followed by schoolwork (83%), which indicates that this age group has a greater need for interaction with others.

Activities carried out on the Internet in 2013 were quite varied compared to 2012: the Internet served as an aid for schoolwork, research, sharing of content (photos, videos and files) and fun/entertainment (games, music, movies), not to mention the possibility of making calls using various applications. Although cited less often, there were mentions of buying things online (8%) and paying to download applications (7%), but it is worth noting that these items were more frequent among children 15 years old or older and from classes AB.

TABLE 11  
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET, BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS

Activities	General %		Age group (%)								Social class (%)					
			9-10 years		11-12 years		13-14 years		15-17 years (*)		AB		C		DE	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Used the Internet for school work	82	87	68	83	85	86	87	90	87	88	81	89	83	88	82	81
Visited a social networking profile/page	68	81	44	58	66	75	77	84	80	93	76	89	68	80	49	68
Looked up information on the Internet	-	80	-	62	-	75	-	83	-	89	-	86	-	80	-	67
Watched video clips (e.g., on YouTube)	66	68	53	53	65	62	69	72	76	76	77	79	66	68	44	44
Played games alone on the Internet	-	57	-	69	-	67	-	56	-	48	-	62	-	58	-	42
Posted photos, videos or music in social networks	40	56	14	26	35	44	51	59	57	73	49	62	39	55	30	45
Downloaded music or films	44	50	18	19	36	37	56	56	63	67	53	52	41	54	39	32
Posted messages on a Web page	24	42	9	18	20	33	32	52	33	51	31	53	23	38	15	31
Used instant messaging with friends or contacts	54	39	28	13	52	31	64	49	69	49	65	57	52	34	38	19
Sent/received e-mails	49	36	19	12	48	26	59	38	67	49	57	47	49	31	34	29
Downloaded applications for free or without paying	-	35	-	16	-	29	-	39	-	44	-	49	-	29	-	25
Read or watched the news on the Internet	42	34	16	13	36	24	47	38	66	46	48	45	40	31	40	21
Played games with other people on the Internet	54	32	59	35	60	37	48	38	51	25	63	43	50	29	52	17
Watched TV shows and movies online	-	32	-	18	-	28	-	37	-	37	-	43	-	31	-	10
Posted their location (or checked-in using Facebook, Foursquare, etc.)	-	28	-	20	-	19	-	29	-	34	-	33	-	25	-	27
Created a character, pet or avatar	16	25	10	22	22	29	17	29	15	21	18	37	17	21	13	12
Used a webcam	14	21	6	11	13	16	16	21	18	27	20	22	12	24	6	6
Visited a chatroom, apart from Facebook	12	21	5	9	11	15	13	19	16	29	10	22	12	21	12	15
Posted photos, videos or music using instant messaging	-	21	-	5	-	10	-	31	-	28	-	32	-	18	-	10
Made or received telephone calls or videos calls over the Internet	-	14	-	2	-	7	-	21	-	19	-	23	-	12	-	1
Wrote a blog or online diary	10	9	5	1	6	4	15	15	13	13	16	15	8	8	3	3
Spent time in a virtual world	17	9	12	5	21	10	18	9	16	3	21	10	16	10	13	4
Used file-sharing sites	6	8	1	2	4	2	7	9	12	14	7	14	7	6	1	2
Bought things through the Internet	-	8	-	3	-	5	-	7	-	11	-	15	-	5	-	1
Paid to download applications	-	7	-	2	-	4	-	6	-	11	-	8	-	7	-	4

(\*) A pesquisa de 2012 não entrevistou usuários de Internet de 17 anos.

The survey also collected information on the frequency children 11 years old or older engaged in these activities (Table 12). The results confirmed the need for social interaction among these young people in relation to activities performed daily over the Internet: instant messaging (53% in 2012 and 74% in 2013), access to social networks (53% in 2012 and 63% in 2013) and use of chat rooms (61% in 2013). Among the activities engaged in once or twice a week, the most common were: watching TV programs or films online (57%), schoolwork (51%) and downloading songs/movies (50%).

TABLE 12  
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE  
FOR EACH ACTIVITY CARRIED OUT IN THE PAST MONTH - 11- TO 17-YEAR-OLDS (\*)

Activities	Every day or almost every day		Once or twice a week		Once or twice a month		Does not know	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Used instant messaging to with friends or contacts	53	74	35	20	11	5	0	1
Visited a social networking profile/page	53	63	35	31	12	6	0	1
Visited a chatroom, apart from Facebook	-	61	-	30	-	8	-	1
Played games alone on the Internet	-	48	-	38	-	13	-	1
Played games with other people on the Internet	35	45	45	43	19	12	1	1
Looked up information on the Internet	-	43	-	44	-	13	-	0
Created a character, pet or avatar	-	43	-	35	-	18	-	5
Posted photos, videos or music using instant messaging	-	42	-	43	-	14	-	1
Watched video clips (e.g., on YouTube)	37	40	44	47	19	11	0	2
Posted a message on a Web page	39	36	46	47	14	14	1	2
Read or watched the news on the Internet	31	36	47	49	21	15	1	1
Sent/received e-mails	39	34	46	48	15	17	0	1
Made or received telephone calls or videos calls over the Internet	-	34	-	36	-	30	-	1
Posted their location (or checked-in using Facebook, Foursquare, etc.)	-	37	-	45	-	16	-	2
Posted photos, videos or music on social networks	24	27	43	54	31	18	1	1
Downloaded applications for free or without paying	-	23	-	44	-	32	-	1
Downloaded music or movies	32	21	48	50	19	28	1	0
Watched TV shows and movies online	-	21	-	57	-	21	-	1
Used the Internet for schoolwork	13	19	49	51	38	29	0	1
Used a webcam	-	15	-	39	-	44	-	2

(\*) 17-year-old Internet users were not interviewed in the 2012 survey.

## CONCLUSION

The results presented were taken from the data collected in the ICT Kids Online Brazil surveys of 2012 and 2013 (CGI.br, 2013a; 2014a) and filtered to select data that provided a better understanding of the profile of children. A comparison was then performed based on certain cross-references (by social class, age group and household income), to identify the types of Internet use and appropriation by this population.

It was found that both Internet use by children and the number of activities they perform online have grown significantly, as evidenced by the results of the survey conducted in 2013 (CGI.br, 2014a).

There was a significant increase in access locations, particularly the use of the child's own home or a relative's home, and in the diversification of devices used to surf the Internet, indicating greater democratization in the ownership of these devices and the information which is made available and can be accessed and shared by users.

It is interesting that, among the activities carried out on the Internet, there was a higher frequency of those that fostered social relationships, through the exchange of messages, photos and videos, usually daily, especially among older children. With respect to privacy settings, many children did not seem concerned about what they posted on the Internet, which highlights their constant exposure to risks. The use of the Internet for schoolwork was also mentioned, but was higher among younger children, although less frequent (two to three times a week).

The 2013 survey included results for the five regions of Brazil, but due to space limitations, this data was not taken into account in this analysis. This could be explored in future studies to determine whether there are regional differences in Internet use and appropriation among these age groups.

Finally, it is noted that the population surveyed is increasingly present on the Internet, and that conscientious Internet use should be promoted in family, school and media environments. Such precautions will enable greater Internet use by these age groups who, since they are still in the process of development, will be able to learn how to use the capabilities offered by this technology, and they will be empowered to take better advantage of the content they seek and share.

## REFERENCES

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazil – ICT Household and Enterprises 2011*. São Paulo: CGI.br, 2012. Available at: <<http://www.cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-da-informacao-e-da-comunicacao-no-brasil-tic-domicilios-e-empresas-2011/>>. Accessed on: Feb 20, 2013.

\_\_\_\_\_. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013a. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Accessed on: Feb 20, 2013.

\_\_\_\_\_. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazil – ICT Household and Enterprises 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013b. Available at: <<http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/tic-domicilios-e-empresas-2012.pdf>>. Accessed on: Feb 20, 2013.

\_\_\_\_\_. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014a. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Accessed on: Jan 10, 2015.

\_\_\_\_\_. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazil – ICT Household and Enterprises 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014b. Available at: <[http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC\\_DOM\\_EMP\\_2013\\_livro\\_eletronico.pdf](http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf)>. Accessed on: Dec 10, 2014.

MARQUES, J. A. Usos e Apropriações da internet por Crianças e Adolescentes. In: CGI.br. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. p. 55-64. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>.

## MOBILE COMMUNICATION AS A PATH TO DIGITAL INCLUSION

Giovanna Mascheroni<sup>1</sup>

### INTRODUCTION

Children and young people are early and enthusiastic adopters of new communication technologies, to the point that younger generations have been named after their engagement with digital media as “digital natives” (PRENSKY, 2001) or the “mobile generation” (SELWYIN, 2003). While indicating the profound mediatization of children’s lives (LIVINGSTONE, 2009), these popular accounts mask the persisting inequalities in children’s Internet access and use, both within and across countries. By contrast, even among younger users, Internet access is correlated with age, gender, and socioeconomic differences, with boys, older and better-off children (LIVINGSTONE & HELSPER, 2007) usually benefitting from greater “autonomy of use” – that is, free, unrestricted Internet access “when and where one wants” (HARGITTAI & HINNANT, 2008: 606). Moreover, inequalities in access result in inequalities in the take-up of online activities and in the progressions from basic to more creative uses of the Internet. Therefore, unequal autonomy of use is associated with differential gradations of digital inclusion (LIVINGSTONE & HELSPER, 2007).

Mobile phones and smartphones provide greater autonomy of use and cheaper connectivity; for these reasons, it is argued, they have a clear potential to narrow the digital divide, especially in the global South (see for example BEGER et al., 2012). However, expectations around the mobile Internet may have been overly optimistic; indeed, research has shown that computer-based and mobile-based Internet experiences differ, with mobile Internet users engaging in less capital-enhancing online activities (DONNER et al., 2011; PEARCE & RICE, 2013). Therefore, while mobile-based Internet use may reduce the access divide, it may also produce new inequalities in terms of usage patterns and skills.

---

<sup>1</sup> PhD in Sociology, lecturer in Sociology of Communication in the Department of Sociology, Università Cattolica of Milan, and a visiting fellow at the Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science. She has researched children and the Internet since 2007, as the national contact of the EU Kids Online network and the coordinator of the Net Children Go Mobile project ([www.netchildrengomobile.eu](http://www.netchildrengomobile.eu)).

## YOUNG PEOPLE, CHILDREN AND SMARTPHONES: EVIDENCE FROM THE U.S. AND EUROPE

The relationship between smartphone use and digital and social inequalities among younger users in the U.S. and Europe has been examined by a considerable number of researchers. For example, Hargittai and Kim (2010) examined young adults' use of smartphones and concluded that people who could rely on a greater autonomy of use – because they could access the Internet from a variety of locations and platforms – and had a higher level of digital skills were also more likely to engage in broader and more advanced usage patterns. In other words, they explored more and more complex functionalities of smartphones. Instead of bridging digital inequalities, therefore, smartphone use may reinforce the so-called “second-level digital divide” (HARGITTAI, 2002).

Similarly, Park (2014) examines how, even among teenagers, mobile Internet use is far from homogeneous. More specifically, second-level digital divides, combined with socioeconomic background and level of digital skills, may result in further social inequalities. A report by the Pew Research Center (MADDEN et al., 2013) also highlights the persistence of digital inequalities among U.S. teenagers based on social inequalities. While teens from lower-educated and lower-income households are less likely to be online, they are as much as or even more likely to access the Internet primarily from a smartphone. As a consequence, if going online from a mobile phone leads to a different and perhaps less capital-enhancing experience of the Internet, the digital inclusion of children and teenagers who access the Internet mainly if not exclusively from a mobile device is likely to be compromised.

Evidence from Europe, and especially from the Net Children Go Mobile project (MASCHERONI & ÓLAFSSON, 2014), also points to persisting social and digital inequalities in the adoption and use of smartphones. Statistical analysis of the findings shows that smartphone's ownership is not directly influenced by socioeconomic status. However, possession of smartphones among children aged 9-16 is correlated with parents' own use of mobile devices to go online and with the general diffusion of smartphones and the Internet in a specific country (MASCHERONI & ÓLAFSSON, 2015). Moreover, the longer the child has been online, and the more autonomy of use he or she has already experienced, the more likely he or she is to own a smartphone. In other words, children who are already highly connected are most likely to be given a smartphone of their own. Smartphone ownership and use, therefore, may result in different and higher levels of digital inclusion. This is because older children, boys, those who have started to use the Internet at a younger age and, especially, children who go online every day using a smartphone are more likely to engage in a wider range of online activities and in more beneficial activities, such as more interactive and participatory uses of the Internet. In fact, having more autonomous Internet access using smartphones and greater experience of the Internet in terms of the number of years a child has been online, are correlated with reaching higher levels on the “ladder of opportunities” (LIVINGSTONE & HELSPER 2007). This suggests that both technological platforms and different family backgrounds still function as sources of online disparities that are mirrored in, and entrench, offline inequalities.

## SMARTPHONES AND INEQUALITIES IN BRAZIL

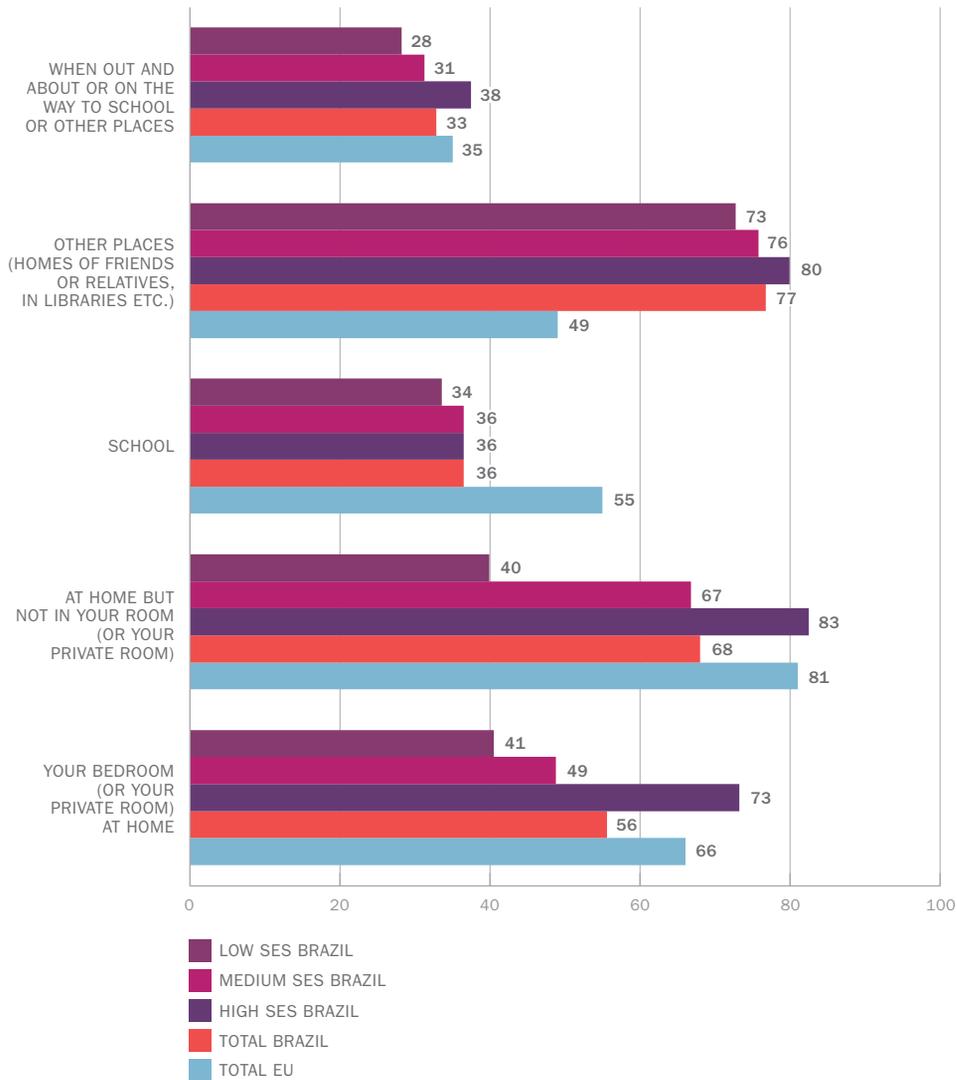
Comparisons between Europe and Brazil<sup>2</sup> suggest that, overall, children have a very different experience of the Internet (Chart 1). Across Europe, the Internet is a domestic and increasingly privatized phenomenon: 81% of European 9-to 16-year-olds access the Internet at home and 66% do so in the privacy of their own bedroom. Age and country differences are, however, noteworthy, with daily private domestic access to the Internet being the most common experience of Internet use among teenagers and children in most countries (except Belgium, Ireland, and Portugal). Even smartphones, which are the devices most used on the move, are nonetheless more likely to be used at home, either in the child's own bedroom or in any other room. This privatization of Internet use reinforces a phenomenon known as "bedroom culture" (LIVINGSTONE & BOVILL, 2001); children are immersed in media-rich bedrooms that represent the main context of their leisure time. Consequently, practices and meanings associated with identity construction, sociality, and self-expression are increasingly embedded in the space of the bedroom and, thus, increasingly mediatized and privatized.

---

<sup>2</sup> We acknowledge that the comparison between Brazil and the seven European countries involved in the Net Children Go Mobile project (Belgium, Denmark, Italy, Portugal, Romania, and the UK) is challenging, especially when comparing socioeconomic stratification. Moreover, the seven European countries surveyed in 2013-2014 also differ in many respects. When we refer to "European" children here, we refer to the mean value across the seven countries surveyed. This is not to imply that it is representative of all European children. However, it can be assumed that, given the diversity of the countries involved, this number is probably not far from an average number for children in more countries. Brazil itself is characterized by significant social and regional inequalities. Nonetheless, the comparison is believed to deliver interesting findings in terms of policy implications. For more on the Net Children Go Mobile methodology see Mascheroni and Ólafsson (2014). For further discussions of the limitations of comparability of the two datasets, see the methodological note in this report.

CHART 1

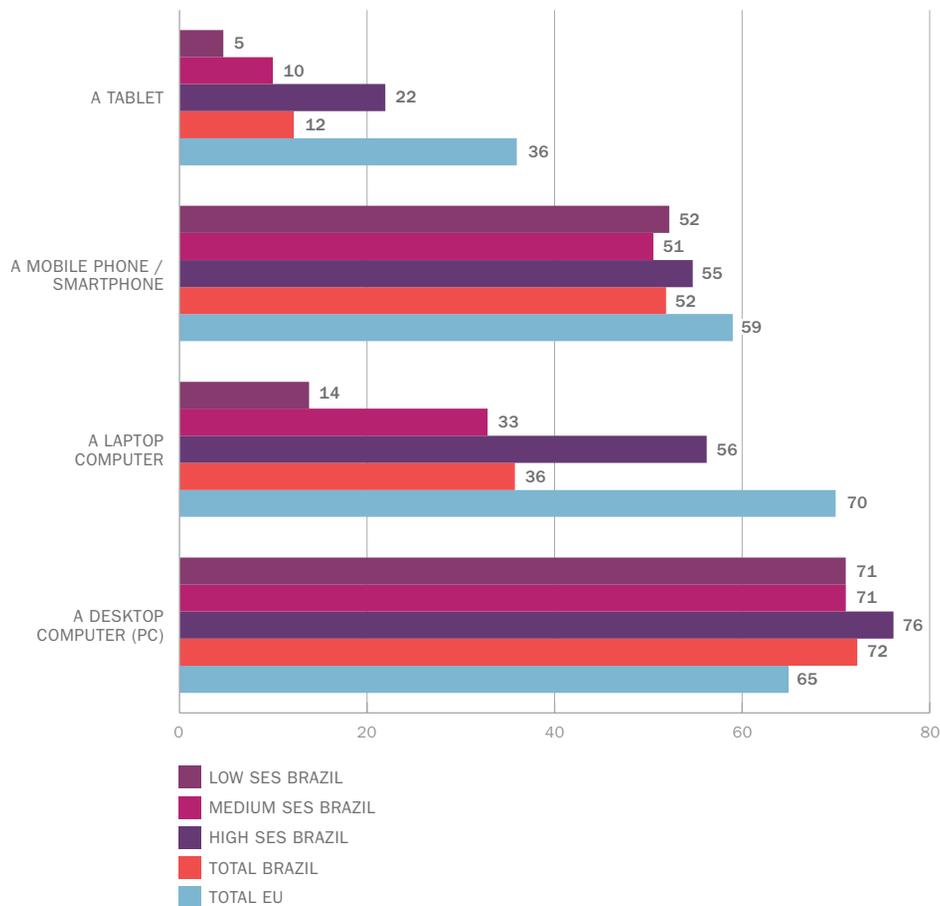
## LOCATIONS OF INTERNET ACCESS, BY SES, COMPARED TO EUROPEAN AVERAGE



By contrast, the main location of Internet use in Brazil is still represented by places outside home – which include Internet cafés, public libraries and homes of friends or relatives –, where 77% of 9-16-year-olds report having Internet access. The second most common location is the home, though not in the child's own bedroom. However, if we look at children from higher socioeconomic status households, we can note that for this category of children the Internet is a domestic and private experience as much as it is among their European peers. Similarly, among higher SES children, access to the Internet on the move by means of mobile devices is also in line with the European general. More interestingly, compared to domestic access, in Brazil, the use of the Internet on the move is seemingly less stratified by SES, thus suggesting that mobile phones and smartphones provide a viable strategy to bridge the digital divide in emerging economies.

The potential of mobile devices to narrow the digital divide is confirmed by data regarding the devices used to go online (Chart 2).

CHART 2  
DEVICES USED TO GO ONLINE, BY SES, COMPARED WITH THE EUROPEAN AVERAGE

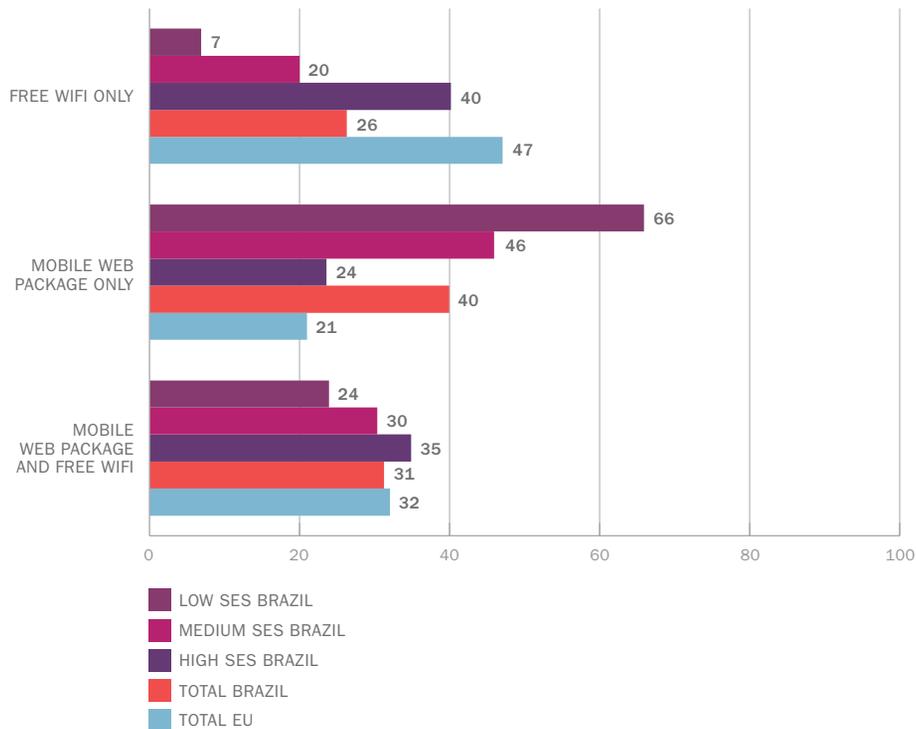


The transition towards the so-called “post-desktop” media ecology is evident in Europe, where 70% of children access the Internet from a laptop computer at least weekly and 46% do so every day. Similarly, if we look at daily use, European children are more likely to go online at least once a day from a smartphone (41%) than from a desktop PC (33%) (MASCHERONI & ÓLAFSSON, 2014). Conversely, desktop computers remain the most common device in Brazil, followed by mobile phones/smartphones, which are almost as pervasive as in Europe (with 52% of Brazilian 9- to -16-year-olds who have ever accessed the Internet from a mobile phone or smartphone compared to 59% of European 9- to-16-year-olds who do so at least once a week). This should not be surprising, given the high number of children who access the Internet from public libraries or Internet cafés. Indeed, socioeconomic inequalities in the use of mobile phones or smartphones to go online are very small. Instead, only a minority of Brazilian children use laptops and, especially, tablet computers. However, as already observed when

examining the location of Internet access and use, the disparities among European children and Brazilian children from higher SES are also narrower when we compare the use of laptops and tablets. This finding provides further evidence for the trend towards greater privatization of online experiences also becoming evident in Brazil, starting from more advantaged households.

To sum up, findings regarding locations and devices, therefore, show that when it comes to access to the Internet when out and about, or use of mobile phones to go online, socioeconomic variations matter less. However, the Net Children Go Mobile data (HADDON & VINCENT, 2014; MASCHERONI & ÓLAFSSON, 2014) show that so-called “anywhere, anytime” connectivity is actually constrained by economic, technological, or social limitations that condition where, when, and for how long children can be online from their devices. In Europe, autonomy of use is often limited for reasons of cost or, especially, parental mediation; nearly half (47%) of European children are allowed to go online only through Wi-Fi networks, and this is especially true for younger children. The number of children who go online from their phones using a mobile Internet plan is higher than the European average (40% vs. 21%) and it is particularly high among children from lower socioeconomic backgrounds (66%). By contrast, Brazilian children (9-16 years old) from more advantaged families are more likely to access the Internet through Wi-Fi networks only (40%) and through both a mobile plan and Wi-Fi networks (35%). This suggests that higher SES children who are restricted in their ability to access the Internet “anywhere, anytime” by means of mobile Internet plans may be so due to parental mediation strategies. Like many European parents, higher SES Brazilian parents want to limit the extent to which their children go online unsupervised. It also suggests that these children already benefit from greater autonomy of use, having the possibility to access Wi-Fi networks in a variety of everyday life contexts. Furthermore, higher SES children are more likely to go online from their mobiles using both Wi-Fi and mobile Internet plans, thus experiencing greater autonomy. Conversely, children from less advantaged families who have a mobile Internet plan only may actually self-regulate the time spent online due to cost issues (HADDON & VINCENT, 2014).

CHART 3  
WAYS OF CONNECTING TO THE INTERNET THROUGH SMARTPHONES/MOBILE PHONES,  
BY SES, COMPARED WITH THE EUROPEAN AVERAGE



## CONCLUSIONS

A brief overview of the Brazilian and European data regarding Internet access and use is consistent with prior research in pointing to the beneficial outcome of mobile devices in narrowing the first-level digital divide. That is, more and more children are getting online on their mobiles. However, the findings also suggest the resilience of digital inequalities. Going online from a mobile is not the same experience for all children. Children from more advantaged households are likely to benefit from a greater autonomy, because they have access to more devices to go online. That is, they can access the Internet from a smartphone both by connecting to a Wi-Fi network and through mobile Internet plans. Conversely, for many lower SES children mobile phones and smartphones are becoming the primary means of accessing the Internet. This access, though, may be constrained by cost issues, because they go online primarily through subscriptions to data plans. Despite owning or using a mobile phone, their autonomy of use is therefore actually limited.

Thus, variations by socioeconomic status have important implications for children's digital inclusion, because autonomy of use is associated with higher levels of digital skills and more capital-enhancing uses of the Internet (HARGITTAI & KIM, 2010; MASCHERONI &

ÓLAFSSON, 2015). Therefore, while reducing access inequalities, smartphones and mobile phones may actually deepen usage inequalities and give rise to new ones.

In conclusion, providing equal opportunities for children, for example, through good quality Internet access in schools, remains a priority.

## REFERENCES

BEGER, G., SINHA, A., & PAWELCZYK, K. *South African mobile generation: Study on South African young people on mobiles*. UNICEF, Digital Citizenship Safety, 2012.

DONNER, J., GITAU, S., & MARSDEN, G. Exploring mobile-only internet use: results of a training study in urban South Africa. *International Journal of Communication*, n.5, p. 574–597, 2011.

HADDON, L.; VINCENT, J. *European children and their carers' understanding of use, risks and safety issues relating to convergent mobile media*. Milano: Educatt, 2014. Available at: <[www.netchildrengomobile.eu/reports](http://www.netchildrengomobile.eu/reports)>. Accessed on: 14 April 2015.

HARITTAI, E. *The second-level digital divide: differences in people's online skills*. First Monday, v. 7, n.4, 2002. Available at: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>>. Accessed on: 14 April 2015.

HARGITTAI, E.; HINNANT, A. Digital inequality differences in young adults' use of the internet. *Communication Research*, v.35(5), p. 602–621, 2008.

HARGITTAI, E.; KIM, S. *The Prevalence of Smartphone Use Among a Wired Group of Young Adults*. Institute for Policy Research Northwestern University Working Paper Series, 2010. Available at: <[www.ipr.northwestern.edu/publications/docs/workingpapers/2011/IPR-WP-11-01.pdf](http://www.ipr.northwestern.edu/publications/docs/workingpapers/2011/IPR-WP-11-01.pdf)>. Accessed on: 14 April 2015.

LIVINGSTONE, S. *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge, 2009.

LIVINGSTONE, S. & BOVILL, M. *Children and their changing media environment: A European comparative study*. New Jersey, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

LIVINGSTONE, S. & HELSPER, E. *Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide*. *New Media & Society*, v. 9, n.4, p.671–696, 2007.

MADDEN, M. *et al. Teens and Technology 2013*. Washington, DC: Pew Research Center, 2013. Available at: <<http://www.pewinternet.org/2013/03/13/teens-and-technology-2013/>>. Accessed on: 14 April 2015.

MASCHERONI, G. & ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: risks and opportunities*. Second edition. Milano: Educatt, 2014. Available at: <http://www.netchildrengomobile.eu/reports/>. Accessed on: 14 April 2015.

\_\_\_\_\_. *The mobile Internet: Access, use, opportunities and divides among European children*. *New Media & Society*, 2015.

PARK, Y. *My whole world's in my palm! The second-level divide of teenagers' mobile use and skill*. *New Media & Society*, 2014.

PEARCE, K. & RICE, R. Digital divides from access to activities: Comparing mobile and personal computer Internet users. *Journal of Communication* v. 63, p. 721–744, 2013.

PRENSKY, M. Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, v. 9, n. 5, p. 1–6, 2001. Available at: <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>>. Accessed on: 14 April 2015.

SELWYN, N. Schooling the mobile generation: The future for schools in the mobile-networked society. *British Journal of Sociology of Education*, v. 24, n. 2, p.131–144, 2003.

## MEDIATION FOR GOOD CHOICES IN TIMES OF MOBILITY

Rodrigo Nejm<sup>1</sup>

Debating the challenge of mediation of Internet use by children requires the recognition of the complexity and diversity of the themes surrounding it, especially in countries with as many singularities as Brazil. We will present some brief considerations here on the challenge of formulating mediation and empowerment strategies for children, adolescents, and young adults in the context of digital environments, pointing to educational processes that encourage good choices and the exercise of self-care. On analyzing the data from the ICT Kids Online Brazil 2013 survey, we notice a gradual massification of access that cannot be neglected. Although they are also online, part the Brazilian population that lives in rural areas and less economically advantaged families certainly are not able to enjoy such technologies in the same way. Looking beyond statistical indicators, we question the concept of “digital natives” and point out some of the dangers of this prescriptive discourse, which assumes that new generations are “automatically” capable of enjoying digital environments with greater skill than their parents and educators.

When we differentiate technical capacity for use from that for discernment and critical assessment regarding the possibilities and limitations of such use, several scenarios emerge for consideration of digital inclusion, education for digital citizenship, and everyday appropriation of information and communication technologies (ICT) by children in Brazil. By emphasizing the public dimension of many digital environments that they visit, we have attempted to highlight that such environments are also spaces of rights and social interaction that require the mediation of parents and legal guardians, as well as educational processes that allow for children to have information about and discernment to make good choices online and responsibly enjoy the freedoms and opportunities amplified by ICT. Among the many challenges imposed by these scenarios, we try to point to the advantages of mediation and education for good choices as a viable and urgent alternative when such use is becoming increasingly individualized and mobile. We believe that digital technologies can be allies in promoting and protecting the

---

<sup>1</sup> Psicólogo pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) – Assis, SP, mestre em Gestão e Desenvolvimento Social pelo Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social da Universidade Federal da Bahia (Ciags/UFBA), doutorando em Psicologia Social no Instituto de Psicologia da UFBA e pesquisador do Grupo de Pesquisa em Interações, Tecnologia Digitais e Sociedade (Gits) da UFBA. Desde 2007 é Diretor de Educação e Atendimento da Safernet Brasil, responsável pela criação de materiais pedagógicos, campanhas e orientações para promoção e defesa dos direitos humanos na Internet no Brasil.

rights of children when we avoid seeing freedom and safety as in opposition and focus on the empowerment for good choices and on creating conditions for responsible mediation.

## MASSIFICATION OF ACCESS AND SINGULARIZATION OF USE

As in many other countries, the intensity of Internet use by children and young people in Brazil is surprising. Data from the last survey by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) give us a better understanding of part of this reality. The ICT Households 2013 survey indicated that although only 51% of Brazilians were considered Internet users<sup>2</sup>, this proportion increased to 75% among those 10 to 15 years old, reaching 77% among those 16 to 24 years old, by far the two age groups with the largest proportion of Internet users. This is a reality that can be observed daily even without the rigorous statistical precautions taken by this sample survey. Such intense appropriation of the Internet by children occurs together with the use of other information and communication technologies (ICT), such as TV, radio, electronic games, mobile phones, and tablets (CGI.br, 2014a).

In this scenario of multiple media use, social interactions are increasingly more mediated, amplifying not only the possibilities of communication, but also forms of self-presentation and reflective construction of identities (GIDDENS, 2002). Recognizing the complexity of the aspects that compose modern social life allows many issues to be raised regarding intense Internet use and identity construction among the children of today, new ways to manage personal information, the notion of privacy, and mediation possibilities for parents and legal guardians in such contexts. As new visibility and social interaction regimes are introduced, coupled with the massification of communication technologies, we question whether the bases on which we educate our children should also change so that young people can take advantage of the opportunities and freedom provided by digital environments.

In this new context of interactions mediated by communication technologies, we highlight the intertwining of social and technological changes in everyday life (THOMPSON, 2011), which opens possibilities for different forms of appropriation and production of meaning about social and personal actions and interactions. In such a scenario of complex changes, we are interested in analyzing children's appropriation of digital environments and how their parents and legal guardians perform mediation so that children can make good choices and responsibly enjoy that freedom. Even with significant socioeconomic inequalities, the Internet is already part of the life of Brazilian children in such a way that we cannot consider it to be a specific or marginal aspect of their lives. Without getting into the full wealth of the data provided by ICT Kids Online Brazil 2013, a small part of the results helps us reflect on the appropriation of the Internet during the important life phases of childhood and adolescence.

---

<sup>2</sup> A piece of data from the ICT Households 2013 survey conducted by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br). In Cetic.br surveys, "users" are those individuals who have used the Internet at least once in the three months prior to the interview. When considering those who have accessed the Internet at least once in their life, the data are even more expressive: 85% of those between 10 and 15 years old and 87% between 16 and 24 years old, compared to the national average of 58% (CGI.br, 2014a).

One of the pieces of data that stands out most refers to mobility. Internet use via mobile phones increased greatly among users 9 to 17 years old, from 21% in 2012 to 53% in 2013. We notice that there was significant intensification starting at 13 years of age; among those 15 to 17 years old, 65% used the Internet via mobile phone. Although this proportion was greater (63%) among families with higher incomes (more than 3 monthly minimum wages – MW), this difference was not so extreme when we observe that 52% of children from families with an income of up to 1 MW also used the Internet via mobile phone. Gender differences were also not very expressive, since 51% of the girls and 54% of the boys aged 9 to 17 who are Internet users went online through their mobile phones. This increase in the general proportion of access is interesting from the point of view of so-called “digital inclusion,” but we know that access alone is not synonymous with equal rights and opportunities. Recognizing that research on Internet use needs to consider the forms of technology appropriation together with other everyday activities (BAKARDJIEVA, 2011), the fact that such use is becoming increasingly more personal through mobile phones can suggest variations in availability of exposing personal information online and participating in online activities (GOGGIN, 2013). An analysis of the data by family income and region of the country showed relevant variations that point to Internet use singularities that cannot be concealed by celebrating the massification of access alone.

Numerous inequalities can be observed, such as in the type of device used to access the Internet, connection speed, location of access, and availability of technical and human resources for mediation. In lower-income families, Internet use via mobile phones is common, and is contingent on data plans, which can involve different types of limitations in both speed and data volume. This seemingly obvious piece of information is worth noting, since there is a very wide range of daily practices and forms of appropriating both the Internet and mobile devices in these different settings. In addition to greater or lesser technical availability, we know that there is also a set of aspects related to family dynamics involved in limiting the conditions for parental mediation that provides guidance on Internet use, both with regard to strengthening of learning and socialization opportunities and the issue of negotiating rules and limits that teach children how to deal with hazardous situations and avoid any harm associated with indiscriminate use.

Another relevant singular factor indicated by ICT Kids Online Brazil 2013 was the age of first access, a factor related to the context in which children begin to appropriate these technologies and ways of mediating such use. Once again, economic differences proved to be expressive; among families with up to 1 MW, 28% accessed the Internet for the first time when they were 12 years of age or older, a finding that only occurred among 7% of the most economically advantaged children (above 3 MW). Regarding the use of social networking sites (SNS) such as Facebook, increased use with age was evident; however it is noteworthy that 52% of the 9- and 10-year-olds who are Internet users already used these services. (In the case of Facebook, use is not permitted for those younger than 13 years old.). Among older adolescents (15 to 17 years old), 93% used some type of SNS and 94% had profiles on Facebook, followed by 13- and 14-year-olds, of whom 84% accessed SNS and 86% had profiles on Facebook. Despite such intense use of social networking sites across all levels of family income, inequalities are also evident when we analyze the proportion of adolescents that reported not using any SNS: 25% came from families with incomes up to 1 MW and 7% were from families with incomes higher than 3 MW.

Factors such as having an account and even visiting an SNS every day do not allow for many generalizations about appropriation, as these factors depend on the social and cultural repertoire of users. The data indicated the extent to which SNS are present in the universe of the daily experiences of Brazilian adolescents, representing spaces for self-presentation, study, leisure, developing relationships and varied experiences related to the process of identity constitution (BAYM, 2011; LIVINGSTONE, 2009). However, it is important to avoid positing a direct association between adolescents and the Internet and other ICT skills and assuming that simple possession and access will trigger qualified or transformative opportunities and uses (LIVINGSTONE; HADDON, 2009).

The data from the ICT Kids Online Brazil 2013 also pointed to relevant inequalities regarding the skills of children in changing equipment settings and managing their accounts, in addition to differences in the types of mediation provided by parents and schools, which suggests different experiences with the opportunities and risks that digital environments provide. With regard to skills to manage SNS privacy settings, only 55% of the adolescents aged 13 and 14 years old said they knew how to change their profile settings, a percentage that was even lower among younger children (34% among those 11 and 12 years old). This lack of skill was not limited to privacy settings, seeing as other basic skills were also limited among 13- and 14-year-olds: Only 55% knew how to block messages or contacts; 48% knew how to erase navigation history; 43% knew how to compare sites to check the veracity of information found on the Internet; and only 41% reported being able to block advertisements.

Inequalities related to family income and parental educational level apparently reflected directly on the development of these skills, as 42% of Internet users from socioeconomic classes D and E (and 45% of those whose parents had up to Elementary Education) knew how to change privacy settings, a proportion lower than the 72% of children in classes A and B (and 67% of those whose parents had completed Secondary Education or University). These inequalities were also reflected in the other skills and in the type of monitoring performed by parents of their children's navigation. Of all the children interviewed (Internet users between the ages of 9 and 17), 20% of those whose parents had up to Elementary Education stated that their parents knew nothing about their Internet activities, which was indicated by only 3% of those whose parents had completed Secondary or higher Education. These data are indicators of different repertoires that underpin the daily practices of SNS use and cannot be neglected in analyses and public policy-making strategies. Even so, it is worth noting that parental economic and educational inequalities did not seem to influence the perception of adolescents regarding the kinds of permission they had from their parents for Internet activities; whether it was to use SNS or watch videos on YouTube, most stated that they could engage in these activities whenever they wanted.

These data from the ICT Kids Online Brazil 2013 survey help us to create better understanding of the national scenario, making it easier to identify the common aspects and inequalities among children who use the Internet. What we wish to emphasize here is that despite great advances in terms of the right to access, we must not forget that, when facing the challenge of mediating and empowering children for the appropriation of digital environments, many socioeconomic and cultural inequalities are reproduced and are interconnected with online experiences (BOYD, 2008; LÜDERS, 2011). Moreover, having access to digital devices and being able to use them is not always equivalent to having the necessary skills to take advantage of opportunities, nor is it a sign of the critical maturity required to make good choices in these

new public environments. Even more important than changing privacy settings and blocking unwanted content, we believe it is essential to broaden mediation and educational spaces for debating different perceptions of the notions of privacy and unwanted content in various social and cultural scenarios for Brazilian children.

## DIGITAL ENVIRONMENTS AS SPACES FOR RIGHTS UNDER CONSTRUCTION

The Internet is a network of networks that is much greater than what we can access through mobile applications, games, or even search engines. Intense growth in the proportion of users accessing the Internet through mobile devices provides us with even more arguments to defend the urgency of reflection about the provision of mediation and educational actions. This should favor the development of critical skills that allow users to make good choices online, supported by principles of citizenship and human rights. Without going into the technical and political details of Internet architecture, we simply want to highlight that there is a significant public dimension to most digital environments visited by children and young adults. This reality requires mediation and life-long education to ensure citizenship in its broader sense, far beyond the issues of online hazards and potential violence. As an example, we mention social networking sites, which are clearly the favorite sites among this age group and are an arena for important social interactions and identity experimentation. Far from being an “unreal” world, these environments are the real foundations for building relationships, learning, sexual experimentation, identifying with causes, and exercising citizenship. They are platforms for interactions that do not “parallel” social conventions, habits, or the law, but are based on them, even if only in the sense of provoking reconfigurations. Undoubtedly, some aspects of these platforms are different from those of other collective spaces, but we must recall that our rights, duties, and freedom to be a part of social life are also valid in digital environments, with all the responsibilities implied.

Among the several aspects related to the dynamics of these new public environments, we emphasize the challenge of performing mediation when different international contexts overlap; this mixes audiences and dilutes some of the boundaries between public and private, which up to the present have been very clearly delineated in non-mediated relationships. These new environments offer platforms for very active adolescent participation, where they develop relationships, share, form their worldviews and create their own contexts with relative freedom from responsible adults (BOYD, 2014). The real possibility of freedom in relation to environments controlled only by adult interests can be a positive aspect, as long as mediation and education in self-care is not confused with control and surveillance. Especially when cities provide fewer opportunities for children to participate in public spaces, these new environments allow for an agency that up to now has been much more limited for this age group (CASILLI, 2010). However, the challenge lies precisely in balancing the gradual expansion of children’s freedom with the responsibility of adults to create safe and healthy environments according to different phases of development. Simply visiting the same networks as their children or students in order to monitor their interactions does not seem to be the best alternative, as adolescents tend to find and create new interaction spaces among peers, in which they have greater agency and are free to delineate the implicit rules of use.

Freedom of expression, the right to leisure and culture, the right to direct participation of adolescents and young adults in public policies, and the right to privacy are issues that must also be considered for the Internet. The fact that most public spaces in cities are dangerous for children, confining them to private spaces with the supposed protection of security systems that restrict freedom, is not a natural cause, but a reflection of the kinds of priority given in urban planning and public management. Although they are still relatively open and flexible, digital environments also reflect the value systems and social practices of our society. In this sense, technological innovations can both be catalysts of new, more pluralistic, dynamics, and with new priorities, and can also simply reinforce and crystalize current hegemonic conditions. Even if children are noticeably more involved in digital environments, it is not evident that they can create, by themselves, conditions in which their rights can be prioritized and guaranteed, as foreseen in the legal framework.

If we do not create the conditions for technology appropriation to be developed in a context that values the freedom and autonomy of children, and if they are exposed only to control and surveillance strategies, it will be difficult for so-called “digital natives” to enjoy better circumstances for exercising their citizenship. This is especially true as the use of the Internet becomes increasingly mobile and individualized. We can learn to click, play, and access the Internet on our own. However, developing the critical capacity to make good choices, practice self-care and exercise citizenship requires strong intergenerational dialogue, something that websites and technological devices cannot teach us by default.

## DIGITAL NATIVES? FROM USERS TO DIGITAL CITIZENS: A LONG ROAD

Moving on with our considerations, we wish to mention that we are not adopting deterministic discourse, pointing a finger at technologies as the main factor responsible for the radical changes (positive or negative) observed in childhood and adolescence. On the contrary, we believe that it is necessary to demystify the concept of “digital natives” and its variations. These concepts carry with them a discourse that is much more performative and prescriptive than descriptive of today’s generation of children (BUCKINGHAM, 2008; BRUNO; PEDRO, 2005). The fact that these new generations handle technological devices very easily, knowing how to switch them on, activate functions, and even create or establish relationships without adult help, is without a doubt noteworthy and interesting. However, we should be cautious when using certain prescriptive discourses that emphasize innate qualities in new generations. Such discourses contend that young people on their own are “naturally” able to take advantage of the incredible opportunities provided by technological devices, bringing forth a new spirit of collaboration, networking, innovation, and entrepreneurship. This view is based on the premise that such characteristics are unrelated to the social and cultural repertoires of those living with these children, who allow for more or less complex use.

One of the dangers of the notion of “digital natives” is that it ends up inhibiting many parents, educators, and even legal operators and public managers from acting as mediators in the social appropriation process for new technologies. By assuming that children “get by on their own,” or by identifying themselves as being from “another time”, important actors in the construction of the present reality estrange themselves from the process. However, these

changes are happening now and include all of us. Regardless of age, all of us play a role in this social and cultural reconfiguration. If new generations are able to learn and explore the functions of devices on their own, we need to ask if they will also be able to “automatically” and unassistedly develop notions related to ethics, self-care, respect for life and freedom. In this sense, the type of mediation used in technology appropriation by children seems to be a vital element. Even if they are unfamiliar with the details of technological issues, we believe that parents, uncles and aunts, grandparents, and educators (and even peers) indeed have a lot to teach about respect, freedom, and caring for oneself and others – teachings that are certainly also useful in digital environments.

Providing the conditions for quality access is the first basic step, but it is not enough to allow children to explore the opportunities and handle the occasional risks of these new environments. It is a great challenge to create educational strategies for ICT appropriation by children, especially when the rhythm of technical transformation is infinitely faster than that of educational programs. In addition to using basic word processing and spreadsheet software, there are sets of skills used for editing images and videos, qualifying thematic online searches, interpreting and contextualizing information, and creating and sharing content. These can be part of digital literacy and an array of school activities, even for more technical aspects that we assume will be mastered by these “digital natives” but are not.

Even in the technical dimension, we must emphasize the importance of a minimum level of knowledge about the working dynamics of Internet infrastructure and architecture. This includes, for example, the functioning of codes and algorithms that set in motion all of the miscellanea of digital processes that we have come to take for granted through daily use. Much has been discussed lately about how to teach programming language to children and about the massification of the Internet of Things. Perhaps it is an error to expect that by teaching programming language as part of the basic school curriculum we will be encouraging digital entrepreneurship and revealing new computer science “geniuses.” However, it seems very pertinent that we should somehow teach new generations the logic of the workings of this equipment and the digital environments in which they spend a good many hours of their days. In this sense, more important than creating a new generation of programmers, this type of knowledge is vital to what we call digital literacy, since a new type of alphabet is used. In the same way that teaching mathematics does not mean that students are automatically stimulated to be math teachers, there are sets of technical skills that still elude the so-called “digital natives” and that could catalyze increasingly complex and participatory appropriation of digital environments. The same can be said about the principles of Internet governance and the architecture of the network of networks that is the Internet. We do not see much coherence in the term “digital native” when users are totally removed from the fundamental basics of digital means, even if they have been using them since they were born.

The Internet is neither more nor less dangerous than other spaces; it reflects what we are and what we do as a society. Educating for citizenship in digital environments refers to several different educational strategies that do not depend on sophisticated equipment or computer science teachers. We must debate the basic concepts of respect for diversity, care and respect for the bodies of others, freedom of expression and respect for dignity. These debates must emphasize that rights go hand in hand with responsibilities, both as provided for by law and as applicable to all environments in which people interact, including those mediated by current and future digital technologies.

In 2014, Brazil established the Civil Rights Framework for the Internet (*Lei do Marco Civil na Internet*, in Portuguese)<sup>3</sup>, which addresses basic rights and has the potential to generate great activities and debates about daily uses. Similarly, the ten principles for the governance and use of the Internet in Brazil,<sup>4</sup> created by the Brazilian Internet Steering Committee, are available in an illustrated format for educational activities with children, both in and out of the classroom.<sup>5</sup> Educators can also take ownership of contemporary debates like public consultation about regulating the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet and public discussion on the Draft Law for the Protection of Personal Data,<sup>6</sup> as factors that encourage a more proactive approach. Such an approach provides children with more than just safety tips, but also provides effective spaces for participating directly in the construction of this environment that they enjoy and use so much. Certainly, the appropriation of such debates is not trivial even for adults. However, this is precisely the type of challenge we must deal with so that we can broaden the diversity (and ages) of the voices participating in the construction of the Internet, understood here as another common good that requires a plurality of actors participating in its governance. None of this is news if we remember that direct participation of children, as well as the absolute priority given to children's rights, is already provided for by the Brazilian Federal Constitution and in the Brazilian Statute of the Child and Adolescent, in accordance with international conventions.

All these issues are out there, pulsating in our daily lives: diversity of websites that gather young people around social causes; community projects that are strengthened via the Internet; innovative applications and technologies proposed by children; websites that strengthen digital democracy; discussions about new forms of dealing with copyrights; new channels of expression of culture that up to now have been excluded from public spaces; and situations of intolerance, violence, and abuse that occur in digital environments. Without a doubt, we can take advantage of these issues to advance the debate about mediation strategies that aim to empower different generations of Internet users beyond the simple protection and safety of the youngest (or maintaining the comfort of the oldest).

## PROTECTING AND PROJECTING FREEDOMS

If so-called "digital natives" are not encouraged to value their own rights and actively exercise their citizenship, we do not believe that there will automatically be a better world solely because of the massification of ICT use. Furthermore, it also does not make sense for adults to simply prescribe expected behaviors for new generations of children. The theme of intergenerational mediation and direct participation is a challenge, from both the political and methodological points of views. On the one hand, we use the Internet intensely for the most diverse personal

<sup>3</sup> Law no. 12.965 of April, 2014. Establishes principles, guarantees, rights, and responsibilities for Internet use in Brazil. Available at: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm)>. Accessed on: Dec 1, 2014.

<sup>4</sup> Principles published by Resolution CGI.br/RES/2009/003/P in 2009. Available at: <<http://cgi.br/resolucoes/documento/2009/003>>. Accessed on: Dec 1, 2014.

<sup>5</sup> The comic book version, adapted by SaferNet Brasil, and other educational resources are available at: <<http://new.netica.org.br/educadores/cartilhas>>. Accessed on: Dec 1, 2014.

<sup>6</sup> The Draft Bill was open for debate and contribution on the Internet itself through a platform created by the Brazilian Ministry of Justice. Available at : <<http://participacao.mj.gov.br/dadospeessoais/texto-em-debate/anteprojeto-de-lei-para-a-protecao-de-dados-pessoais/>>. Accessed on: March 15, 2014.

experimentation; on the other, appropriation of the Internet in and of itself is not so intense, as a cause, a space of rights, or a public space, which is not only meant to be used, but also to be cared for and constructed.

As at other times in history, numerous atrocities are committed in the name of safety, especially regarding children. We definitely do not think it is productive to place freedom in opposition to safety, when we recognize both as fundamental and simultaneously necessary rights. In conceiving digital environments as also being spaces of rights, we must pay attention to priorities and what kind of participation is being provided for new generations. Perhaps, more pressing than guaranteeing the safety of children who use the Internet, is coming up with new strategies together with them so that they can also participate in its construction. This will help project freedoms in the new hybrid environments that are being created, blending concreteness with bits, information with objects, and cities and bodies with algorithms.

## REFERENCES

- BAKARDJIEVA, M. The Internet in Everyday Life: Exploring the Tenets and Contributions of Diverse Approaches. In: NESS, C.; CONSALVO, M (Eds.). *The Handbook of Internet Studies*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2011. p. 01-08.
- BAYM, N. K. *Personal Connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press, 2011.
- BOYD, D. *Taken out of context: American teen sociality in networked publics* (PhD thesis). Berkeley: University of California, 2008.
- . *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press, 2014.
- BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE - CGI.br. *Survey on the use of Information and Communication Technologies in Brazil – ICT Households 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014a. Available at: <<http://www.cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>>. Accessed on: 01 Dec. 2014.
- . *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013..* São Paulo: CGI.br, 2014b. Available at: <<http://www.cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>>. Accessed on: 01 Dec. 2014.
- BRUNO, F.; PEDRO, R. Entre Aparecer e Ser: tecnologia, espetáculo e subjetividade contemporânea. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Rio de Janeiro: UERJ, 2005.
- BUCKINGHAM, D. (Ed.). *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge: The MIT Press, 2008. (MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning).
- CASILLI, A. *Les liaisons numériques, Vers une nouvelle sociabilité?* Paris: Le Seuil, 2010.
- GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- GOGGIN, G. Youth culture and mobiles. *Mobile Media & Communication I*, n.1, p.83-88, 2013.
- LIVINGSTONE, S. *Children and Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Cambridge: Polity, 2009.
- LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. (Ed.). *Kids Online: Opportunities and risks for children*. Bristol: Policy, 2009.
- LÜDERS, M. Why and how online sociability became part and parcel of teenage life. In: ESS, C.; CONSALVO, M (Eds.). *The Handbook of Internet Studies*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2011. p. 01-08.
- THOMPSON, J. B. *A Mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2011.



## INTERNET USERS OF AGES 5 TO 8: CHALLENGES AND RECOMMENDATIONS FOR PARENTS AND EDUCATORS

Miriam von Zuben<sup>1</sup>

### INTRODUCTION

Technological advances and resultant behavioral changes have been repeatedly examined in the various surveys conducted over the past few years by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), especially the ICT Households (CGI.br, 2014a), ICT Kids (CGI.br, 2011) and ICT Kids Online Brazil (CGI.br, 2013; 2014c) surveys. The results of these studies confirm what an attentive observer perceives on a daily basis: that Internet use has been disseminated among Brazilian users, mainly through mobile devices (mobile phones, smartphones and tablets). The use of this equipment and technology can be seen in a wide variety of environments and among different age groups, sometimes in unusual situations; children are no exception to this reality.

This article shares some experiences of children from 5 to 8 years of age that serve to illustrate the complexity of this scenario. The remarks presented come from personal experiences and the accounts of people close to the children, and are transcribed as faithfully as possible.

Aiming at helping parents and educators who must cope almost daily in a practical way with these new challenges, this article also presents some safety recommendations, most of them taken from the Internet Safety Booklet, produced in 2012 by the Brazilian National Computer Emergency Response Team (CERT.br); the booklet contains tips on how Internet users should behave in order to stay safe and protect themselves from potential threats.

---

<sup>1</sup> Senior safety analyst at CERT.br/NIC.br since 2005, working in the area of response to incidents and projects. Primary maintainer of the Internet Safety Booklet (<<http://cartilha.cert.br/>>) and responsible for developing materials related to documentation, best safety practices and raising awareness among users. Instructor of CERT/CC courses at Carnegie Mellon University, one of the content curators of Safety and Networks of the Campus Party and a specialist in the ICT Kids Online Brazil survey since 2012.

## FIRST ACCESS

Children currently 5 to 8 years of age are at the tail end of Generation Z and at the beginning of Generation Alpha<sup>2</sup>. They are exactly the ones who have grown up alongside the popularization of the Internet and mobile devices. It may be difficult for these children to define the moment when first access took place, since it tends to occur at increasingly earlier ages.

According to the results of the ICT Kids Online Brazil 2013 survey (CGI.br, 2014c), although most children reported first using the Internet after 9 years of age (65%), 8% of children aged 9 to 17 claimed they had accessed the Internet for the first time by the time they were 6 years old.

To try to understand why some respondents did not remember the time of first access, we can formulate some hypotheses and, based on them, assume that the number of children who accessed the Internet before age 6 may be even greater. Some of these hypotheses include:

- The distance in time between the respondent and the event. For example, it can be difficult for teens to determine the age of first access, as this may have happened a long time ago.
- Children who start using the Internet very early may not remember the age at which this occurred because they were still in their first years of life.
- The concept of Internet use may not be very clear and, consequently, respondents may not be aware that they were accessing it. For example, they may not understand the difference between watching a movie on the Internet and on a DVD on the computer.

## UBIQUITOUS CONNECTIVITY

FIGURE 1

“Holidays at grandma’s house – more room, soccer ball,...  
What does the child ask? ‘Do they have Netflix there?’”

The ICT Kids Online Brazil 2013 survey (2014c) showed that 57% of children who used mobile phones for Internet access did so using a Wi-Fi connection. It is interesting that Wi-Fi Internet use made children feel they had ubiquitous and unlimited Internet access. Although 3G and 4G use was higher (73%) among this group, these Internet connections were not perceived in the same way, due to coverage problems and the cost of packages.

<sup>2</sup> Generation Z, also called the “Internet generation” or “digital natives”, includes individuals who were born after 1990 and grew up in the era of the popularization of new information and communication technologies (ICT) and commercial Internet. Generation Alpha includes those who were born after 2010 and grew up in the era of the popularization of tablets and smartphones (MCCRINDLE, 2009).

FIGURE 2

Child was questioned as to whether he liked the hotel where he spent his holidays.  
Response: "No, I didn't like it. There was no Wi-Fi in the bedroom."

The environments where children spend most of their time usually offer Wi-Fi access, as can be seen in the ICT in Education 2013 survey (2014b), according to which 71% of students had Internet access in their homes; 62% accessed the web through mobile phones, 77% from home and 40% at school.<sup>3</sup>

Intensive Wi-Fi Internet use is also observed among adults, who habitually arrive in public places (bars, restaurants, the hairdresser, hotels) or private places (a friend's home) and request the password to access the Internet.

## PRIVATE INTERNET USE

FIGURE 3

The child wakes up and runs to his mother's bed and hugs her.  
What's the first thing he says?  
No, it's not "Good morning, mom."  
It's "Is my tablet charged?"

One of the recommendations in the Internet Safety Booklet (CGI.br, 2012) is: "Try to leave the computer used by children in a public place in the home. (This way, it is possible to observe what they are doing and monitor their behavior, even at a distance)."

This recommendation has already become outdated in the three years since the booklet was launched. An increasingly marked trend toward private Internet use can be noted in the ICT Kids Online Brazil (CGI.br, 2014c) and ICT Households (CGI.br, 2014a) surveys, where shared computers are being replaced by personal devices, such as tablets and mobile phones. According to the ICT Households 2013 survey (CGI.br, 2014a), the rate of desktop computer use is falling, whereas the use of tablets is increasing.

<sup>3</sup> Based on students from the 5<sup>th</sup> and 9<sup>th</sup> grades of Brazilian Elementary Education and the 2<sup>nd</sup> year of Secondary Education who use the Internet

This new scenario involving the use of private and mobile devices may change the forms of mediation, since monitoring based only on observation of behavior becomes more difficult. Consequently, discussing the risks of Internet use becomes increasingly crucial, since parents may not always be present to guide their children.

## SOCIAL NETWORKS AND GAMES AS A MEANS OF SOCIALIZATION

They aren't even born yet and their photos are posted on social networks.<sup>4</sup> Their personalities are still being shaped, but they already have their own profiles.<sup>5</sup> They still do not know how to write, but they type, chat and give their opinions online.

FIGURE 4

The child finally loses his first tooth. It is a happy moment for him and his parents, a happy moment to share with grandparents, godparents and friends.  
"Mom, take a picture. Mom, have you posted it yet? Mom, has anyone commented yet? Why hasn't anyone liked it yet?"

For some parents, displaying their children on the Internet can be very appealing. After all, every moment has its charm; each age, all the child's discoveries; and each event can be photographed, shared, commented on and liked. For this reason, it is necessary to reflect on the limits of such behavior and the inherent risks, for both parents and children. By over-exposing their children on the Internet, parents can expose them to risks, such as:

- **Unwanted digital legacies:** Many parents create profiles on behalf of their children and post on them. Some even do it in the first person, interacting as if the children were actually doing it. Is this appropriate? In the future, how will one distinguish between what children posted and what parents wrote? How will children feel when reading opinions that did not come from them?;
- **Public embarrassment:** To what extent do parents have the right to display the lives of their children? At what point do children have the right not to want this exposure? At what age are they entitled to their own privacy? What is innocent for parents can be embarrassing to children. Things that are private, typical of the relationship between parents and children, do not need to be posted on public profiles;

<sup>4</sup> Gillian Shaw *Social media babies: More than a third of Canadian moms post sonograms online*. Disponível em: <<http://blogs.vancouver.sun.com/2010/10/07/social-media-babies-more-than-a-third-of-canadian-moms-post-sonograms-online/>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

<sup>5</sup> Um estudo realizado pela Gerber com mães de 18 a 34 anos mostrou que 40% das respondentes criaram contas em redes sociais para seus filhos antes de eles terem completado um ano de vida. GERBER.com. *Gerber Nationwide Millennial Mom Survey*. Disponível em: <<http://news.gerber.com/news/gerberR-announces-2014-be-our-baby-photo-search>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

- Attaching too much importance to social approval: Children are in the process of forming their personalities and may lack emotional maturity or not know how to deal with the opinions, disapproval or even scorn of others. Photos that are shared can generate in children an expectation of how they will be received, and it may be frustrating if the photos are not “liked” or quickly shared, or even receive negative comments;
- Misuse of photos by third parties: Pictures of naked or partly naked children, taking a shower, playing on the beach or being breast-fed, may be quite innocent for parents. The same pictures can be viewed with another connotation by others;
- Violence: Exposing children’s routines, with information about where they study, their extracurricular activities, places they attend, or any other photos may show signs of wealth and could put them at risk. There are reports in the news of criminals who used social networks to choose their victims;<sup>6</sup>
- Digital kidnapping, virtual kidnapping or even baby role playing<sup>7</sup>: It is not enough to have a virtual pet; some people are adopting children and caring for them as though they were their own virtual children. This is a new type of identity theft that is happening on the Internet, where photos of children posted by their parents are being misused;

Some forms of digital kidnapping that have been taking place include:

- The “kidnappers” copy photos, create fake profiles in the name of the children, and use them to interact with others;
- The “kidnappers” share the photos as though they were the children’s real parents and write typical comments for mothers or fathers;
- The “kidnappers” present themselves as virtual adoption agencies, where interested parents can request certain types of babies or children, specifying, for example, age, race and skin color, and the agency selects photographs of possible candidates for adoption;

---

<sup>6</sup> FACEBOOK. Talk to your children about privacy in social networks. Now. Available at: <<http://www.facebook.com/notes/eugene-kaspersky/talk-to-your-children-about-privacy-in-social-networks-now/10150169499355998>>. Accessed on: March 13, 2015.

<sup>7</sup> YAHOO. The disturbing Facebook trend of stolen kids photos. Available at: <<https://www.yahoo.com/parenting/mom-my-son-was-digitally-kidnapped-what-112545291567.html>>. Accessed on March 13, 2015.

According to the ICT Kids 2010 survey (CGI.br, 2011), recreational activities, especially online games, are most frequently mentioned by younger children in relation to Internet use. Although communication activities are not so intense in games, there is no assurance that there will be no interaction between users; it may happen through the actual play activities, due to the dynamics of the games. Furthermore, the games themselves encourage daily use through gimmicks, such as rewards for those who access them every day.

## SAFETY RECOMMENDATIONS FOR INTERNET USE

The first step in warding off risks related to the Internet is understanding that it is not a “virtual” environment. Everything that occurs or is done via the Internet is real: The data is real, and the companies and people with whom we interact are the same as outside the Internet. Therefore, the risks to which we are exposed when using it are the same as those present in our daily lives, and attacks launched through the Internet are similar to those that occur on the street or phone.<sup>8</sup>

Therefore, we need to apply to the Internet the same care and precautions that we do in our day-to-day lives. We must be aware that the Internet is a public venue, in which the degree of control imposed on the dissemination of published information is very low. Once information is posted, anyone in your network of contacts can disseminate it, and it will be very difficult to erase later.

## GENERAL RECOMMENDATIONS

To reduce the risks involved in Internet use and to stay safe, it is important to adopt a preventive attitude and make security part of your routine, regardless of issues such as place, technology or medium used. This preventive attitude should be combined with the application of technical solutions aimed at protecting users from already-known threats for which there are already forms of protection. These technical solutions involve:

- Keeping computers and mobile devices safe by using the latest versions of all the installed programs and running all the updates;
- Using and updating security mechanisms, such as antivirus, antispyware, antimalware and personal firewalls<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> The risks associated with Internet use are outlined in Chapter 1 - Internet Safety, at: BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE (CGI.br). Internet Safety Booklet. Published in 2012. Available at: <<http://cartilha.cert.br/>>. Accessed on: March 7, 2015.

<sup>9</sup> More details on how to protect computers can be found in the section “Computers”, available at: <<http://cartilha.cert.br/fasciculos/#computadores/>>, and in Chapter 12, “Computer security”, at: BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE (CGI.br). Internet Safety Booklet. Published in 2012. Available at: <<http://www.cartilha.cert.br/computadores/>>. Accessed on: April 7, 2015.

Some recommendations to promote prevention include:

- Be careful when clicking on links, regardless of how they were received or who sent them;
- Do not trust that messages coming from people you know are always reliable, since the sender's address may have been falsified or the messages may have been sent from false or invaded accounts;
- Do not open or run files before checking them with an antivirus;
- Be careful when creating passwords; create long passwords and avoid the use of personal data or words that are part of known published lists.

## PRECAUTIONS WHEN DISPLAYING CHILDREN

Some recommendations to help parents share pleasant moments with their children without exposing them to risk or embarrassment include:

- Respect privacy: Children have right to privacy and the right of not being exposed;
- Respect individuality and intimacy: Posting messages calling children by their nicknames or treating them in an embarrassing way should be avoided;
- Since the Internet is a public venue, parents should avoid scolding or reprimanding their children on social networks;
- Use privacy settings: Post photos for only family groups or friends. Some applications, such as Kidslink<sup>10</sup>, allow children to share images that can only be accessed by those who have installed the application. When these images are posted on social networks, the application removes the metadata<sup>11</sup>, excluding information that could identify, for example, where they were taken (geolocation).

---

<sup>10</sup> KIDSLINK: share documents, photos, and moments safely in your circle. Available at: <<http://www.mykidslink.com>>. Accessed on: March 15, 2015.

<sup>11</sup> Metadata is normally defined as "data that describes other data" or "data about other data." The metadata for a photo, for example, may be the author's name, resolution, copyright, keywords applied to it, time and date it was taken and place (geolocation) where it was taken.

## RECOMMENDATIONS FOR SOCIAL NETWORK USE BY CHILDREN

Complying with the age restrictions imposed by social networks is recommended, since there are certain risks in accessing them. There is no immediate control over what people post, so children can stumble onto messages or images with pornographic or violent content or that incite hatred and racism. If, regardless of the risks, parents choose to allow their children to maintain profiles, it is important to educate and instruct them<sup>12</sup>:

- To use the privacy settings provided by the social networks;
- Not to interact with strangers and never provide personal information about themselves or other members of the family;
- Not to divulge information about family routines or their personal location (current or future);
- Not to pass on or write messages that could humiliate, offend or harm someone;
- Never to schedule meetings with strangers (or people only known over the Internet) without being accompanied by a trustworthy adult and always in places with plenty of movement;
- As for the risks of using webcams: They should never be used to communicate with strangers or to transmit images or photos to people they do not know. It is also recommended that they immediately notify a trustworthy adult if someone makes such a request.

## RECOMMENDATIONS FOR INSTALLING GAMES

When do you allow children to choose games to be installed? At what age do they start having the necessary discernment? In this age range, what attracts children is the graphic aspect, i.e., the more attractive the game's icon, the greater the chances it will be installed. Also, logos of games not yet available on the platform can be used by malicious games and, thus, confuse children.

How do you teach children to know the difference between an official game and malware<sup>13</sup>? For parents as well as children – who are still unaware of all the risks – this is difficult. If it is not possible to install games together with children, it is important to teach them about these differences. Some tips that may help are<sup>14</sup>:

---

<sup>12</sup> More tips on how to maintain privacy and precautions to be taken when using social networks are available in the sections "Privacy", available at: <<http://cartilha.cert.br/fasciculos/#privacidade>>, and "Social Networks", available at: <[http://cartilha.cert.br/fasciculos/#redes\\_sociais](http://cartilha.cert.br/fasciculos/#redes_sociais)>. The Internet Safety Campaign also has a specific area with useful tips for both parents and educators, available at: <<http://internetsegura.br/ensinando-filhos-alunos/>>. Accessed on: April 7, 2015.

<sup>13</sup> Malware, or malicious code, is the generic term used to refer to programs designed to perform harmful actions and malicious activities on a computer or mobile device. See: <[http://cartilha.cert.br/glossario/#codigo\\_malicioso](http://cartilha.cert.br/glossario/#codigo_malicioso)>. Accessed on: March 15, 2015.

<sup>14</sup> These and other tips about the risks involving programs from third parties (plug-ins, add-ons and extensions) can be found in Chapter 6, "Other risks", in the Internet Safety Booklet, available at: <<http://cartilha.cert.br/riscos/>>. Accessed on: March 31, 2015.

- Get games from trusted sources, such as repositories provided by the operating systems or websites of manufacturers;
- Select games with a large number of users that have received good ratings and have several stars<sup>15</sup>;
- Look at comments from other users about the game before installing it;
- Check that the permissions required for installing and running the game are consistent, i.e., they do not necessarily need to have access to personal data;
- Report any malicious games to those in charge of the repository.

## CONCLUSIONS

FIGURE 5

“The son’s tablet is not working properly. In an effort to solve the problem, the father uses the option to restore the factory settings, warning his son that he will lose everything that has been saved and will have to reinstall and restart any games. However, this doesn’t solve the problem. The father suspects that it is something related to the Wi-Fi interface and that the tablet, therefore, needs to be taken in for technical support. The father doesn’t have time to take it to be repaired.

First day: The son asks many times about the tablet.

Second day: The son asks, but not so insistently.

After one week: The son occasionally asks about the tablet, and starts reading and playing again with previously forgotten toys.

After two weeks: The son no longer asks about the tablet and only mentions from time to time about the problem and about games. When seeing that her brother no longer has a tablet, the younger sister puts her tablet aside and goes back to her old toys”.

Apart from being convenient for parents to let their children be entertained through the use of technologies, everyone knows that setting limits as to what constitutes a healthy source of fun is more difficult than it seems. To what extent are the parents themselves using these devices as “electronic babysitters”?

<sup>15</sup> Many repositories have a rating system, based on number of stars, awarded according to the evaluations received. The more stars, the better the rating.

According to the example above, from the moment the devices are no longer available, children go back to other activities typical for their age, putting an end to disputes over lives, battery use and time of use. Tablets become toys like any others, now broken and cast aside.

In general, how do we cope with these daily challenges? All parents have their own way of educating their children and dealing with new technologies. For some, the ways of handling the situations outlined in this article may sound very liberal; for others, they may seem very strict. However, regardless of the form of education, the challenges exist in every family and school. Addressing these challenges is not something that should be relegated to the future, since the consequences start being felt from now.

## REFERENCES

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Primer on Internet Safety*. Published in 2012. Available at: <<http://www.cartilha.cert.br/>>. Accessed on: March 13, 2015.

\_\_\_\_\_. *Survey on the use of Information and Communication Technologies in Brazil – ICT Kids 2010*. São Paulo: CGI.br, 2011. Available at: <<http://www.cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-da-informacao-e-da-comunicacao-no-brasil-tic-criancas-2010/>>. Accessed on: March 13, 2015.

\_\_\_\_\_. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Accessed on: March 13, 2015.

\_\_\_\_\_. *Survey on the use of Information and Communication Technologies in Brazil – ICT Households and Enterprises 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014a. Available at: <[http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC\\_DOM\\_EMP\\_2013\\_livro\\_eletronico.pdf](http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf)>. Accessed on: March 13, 2015.

\_\_\_\_\_. *Survey on the use of Information and Communication Technologies in Brazilian Schools – ICT in Education 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014b. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-educacao-2013.pdf>>. Accessed on: March 13, 2015.

\_\_\_\_\_. *ICT Kids Online Brazil 2013. Survey on Internet Use by Children in Brazil*. São Paulo: CGI.br, 2014c. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Accessed on: March 13, 2015.

McCRINDLE, M.; WOLFINGER, E. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Australia: UNSW Press, 2009

***ICT KIDS ONLINE BRAZIL  
2014***



## METHODOLOGICAL REPORT ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014

### INTRODUCTION

The Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), a department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br), the executive branch of the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), presents the results of the third edition of the ICT Kids Online Brazil survey.

The methodology used in this survey is aligned with the framework designed by the London School of Economics with EU Kids Online, enabling the conduction of comparative studies on the theme.

Conducted nationwide, the ICT Kids Online Brazil survey seeks to understand the risks and opportunities related to Internet use by children, through the collection of indicators based on the following thematic modules:

- Module A: Profile of Internet use;
- Module B: Internet activities;
- Module C: Social networks;
- Module D: Internet skills;
- Module E: Mediation;
- Module F: Consumption;
- Module G: Risks and harm.

### SURVEY OBJECTIVES

The main objective of the ICT Kids Online Brazil survey is to understand how the population aged 9 to 17 years uses the Internet and how they deal with risks and opportunities related to its use.

The specific objectives are:

- To understand how children access and use the Internet and how they perceive the content accessed, as well as online risks and opportunities;
- To outline the experiences, concerns and actions of parents or legal guardians regarding their children's use of Internet.

## CONCEPTS AND DEFINITIONS

- **Census enumeration area:** According to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) definition for Demographic Census, a census enumeration area covers the smallest territorial unit consisting of a contiguous area with known physical boundaries, located in an urban or rural area, of a scale suitable for data collection. The combination of census enumeration areas in a country represents the entire national territory.
- **Education levels of parents or legal guardians:** This concept refers to the completion of a specific formal cycle of studies. If an individual have completed all of the years for a specific cycle, it can be said that this is his or her level of education. Thus, individuals who have passed the final grade of Elementary Education are considered to have completed the Elementary Education level. Information regarding level of education is classified into eight subcategories, ranging from Pre-school or illiterate to complete Tertiary Education or above. However, for the purposes of this publication, these subcategories were combined into three classes: Up to Elementary I, Elementary II, Secondary or more.
- **Family income:** Family income is defined as the sum of the income of all members of the household, including the respondent. For purposes of data publication, four income levels were established, starting at the monthly minimum wage as defined by the Brazilian Ministry of Labor and Employment, which in 2014 was BRL 724.00. The first level refers to households where the total income is up to one minimum wage (MW), while the fourth level represents a family income of more than three minimum wages.
  - Up to 1 MW;
  - More than 1 MW up to 2 MW;
  - More than 2 MW up to 3 MW;
  - More than 3 MW.
- **Social class:** The most precise term to designate this concept would be “economic class.” However, this survey has referred to it as “social class” in the tables and analyses. The economic classification was based on the Brazilian Criteria for Economic Classification (CCEB), as defined by the Brazilian Association of Research Companies (Abep). This classification is based on ownership of durable goods for household consumption and the level of education of the head of the household. Ownership of durable goods is based on a points system that divides households into the following economic classes: A1, A2, B1, B2, C, D and E. For data analysis, these categories were combined into AB, C, and DE.
- **Internet users:** Individuals who have used the Web at least once in the three months prior to the interview.

## TARGET POPULATION

The survey's target population comprises Brazilian children aged 9 to 17 years who are Internet users.

## UNIT OF ANALYSIS

The survey's unit of analysis consists of children aged 9 to 17 years who are Internet users.

Parents or legal guardians are a responding unit, because they provide information on the selected children. Since the selection of parents or legal guardians depended on the selection of their children, they cannot be considered a unit of analysis, because they do not represent the overall population of Brazilian parents or legal guardians.

## DOMAIN OF INTEREST FOR ANALYSIS AND DISSEMINATION

Results were broken down into domains according to the following variables and levels:

- **Region:** Corresponds to Brazil's geographical division into Center-West, Northeast, North, Southeast, and South macro-regions, in accordance with IBGE criteria;
- **Sex of child:** Male or female;
- **Level of education of the parents or legal guardians:** Divided into the following categories: Up to Elementary I, Elementary II, Secondary or more;
- **Age group of child:** Divided into 9 to 10 years old, 11 to 12 years old, 13 to 14 years old, and 15 to 17 years old;
- **Family income:** Divided into the following ranges: Up to 1 MW, More than 1 MW up to 2 MW, More than 2 MW up to 3 MW, and More than 3 MW;
- **Social class:** Divided into AB, C, and DE.

## DATA COLLECTION INSTRUMENTS

### INFORMATION ON DATA COLLECTION INSTRUMENTS

Data were collected through questionnaires with preset structured questions (single or multiple answers). Children answered two questionnaires: one was interviewer-administered (face-to-face) and the other was self-completed. The self-completion questionnaire covered more sensitive subjects and was designed to allow the children to answer the questions without interference by other family members, providing a more comfortable environment for the respondents. Self-completion questionnaires were adapted and designed according to the profile of two age groups: one version was given to children aged 9 to 10 years, and another to children aged 11 to 17 years.

In addition to the questionnaire designed for children, the survey included a separate questionnaire for parents or legal guardians, as illustrated (Figure 1). In 2014, data collection was conducted via questionnaires programmed on software for tablets for the first time. For the interviews, data were collected using computer-assisted personal interviewing (CAPI) and, for the self-completion sections, computer-assisted self-interviewing (CASI)..

FIGURE 1  
INFORMATION ON THE QUESTIONNAIRES OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014 SURVEY

#### CHILDREN

##### TYPE OF QUESTIONNAIRE

##### INTERVIEWER-ADMINISTERED (FACE TO FACE)

- 9 to 17 years old

##### SELF-COMPLETION

- 9 to 10 years old
- 11 to 17 years old

##### CONTENT

- Patterns of child Internet usage
- Perception of parental mediation of online risks
- Experience of online risks
- How to deal with online risks
- Perceptions of parental mediation
- Sources of education, advice, and support

#### PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

##### TYPE OF QUESTIONNAIRE

##### INTERVIEWER-ADMINISTERED (FACE TO FACE)

##### CONTENT

- Household demographics and Internet access
- Parent experiences of and attitudes toward the Internet
- Perceptions of the selected children's Internet usage and exposure to risk
- Parental mediation of online risks for the selected children
- Sources of education, advice, and support

## CHANGES IN DATA COLLECTION INSTRUMENTS

In order to improve the data collection instruments and increase respondents' comprehension of the questions, the 2014 edition made changes to the frequency scales of some of the questions, included new answer options and excluded entire questions in the instruments administered to both children and parents or legal guardians.

Specifically, in the questionnaire administered to children aged 9 to 17 years (face-to-face), the 2014 survey introduced a new frequency scale for Internet use in modules A and B. The scale now presents the following options: "More than once a day," "At least once a day," "At least once a week," "At least once a month," and "Less than once a month." Furthermore, this edition collected data on specific skills related to the use of mobile phones and other mobile devices in Module D.

In Module F, open questions addressing aspects such as types of advertising that generated bothersome or embarrassing situations for children were excluded. Open questions about advertising in online games and searching for information about brands or products online were also excluded. Last, the answer option 'Orkut' was excluded from all questions related to social networks, advertising and activities.

In general, the questionnaire administered to parents or legal guardians did not undergo significant changes. As in the data collection instrument administered to children, a new frequency scale was introduced regarding Internet use, and the answer option 'Orkut' was excluded from questions related to social networks.

Finally, it is worth noting that no significant changes were made to the self-completion questionnaires administered to children aged 9 to 10 years and 11 to 17 years.

## FIELD PRETESTS AND COGNITIVE INTERVIEWS

Cognitive interviews were conducted with the objective of understanding the cognitive path taken by respondents and their comprehension of the concepts under study. The results of these interviews served as a basis for reviewing the survey questionnaires, especially regarding the adequacy, clarity, and comprehensibility of the questions. In general terms, the procedure consisted of presenting the survey question and answer options to respondents and then listening to comments and suggestions on what changes to make. Subsequently, new ways of phrasing questions and answer options were tested in order to establish the most appropriate choices for respondents.

In the 2014 edition, the questionnaires for children (both self-completion and face-to-face interviewer-administered) and parents or legal guardians were tested. Twenty cognitive interviews were conducted in São Paulo.

The selected sample for the interviews included seven Internet users aged 9 to 10 years and nine users aged 11 to 17 years, as well as four parents or legal guardians with children in these same age groups. Priority was given to socioeconomic classes C and D.

In addition, twenty-two field pretest interviews were carried out in São Paulo to test the fluidity of the questionnaires, assess the time required and complexity for questionnaire completion, and adjust question and answer categories. Eleven interviews were conducted

with parents or legal guardians, some of whom were Internet users and some of whom were not, two were conducted with children aged 9 to 10 years, and nine with children aged 11 to 17 years.

## SAMPLE PLAN

The sampling plan for the ICT Kids Online Brazil survey covered all aspects of how the sample was specified and selected. This included descriptions of the survey frames, sampling design, selection mechanisms, and weighting procedures.

## SURVEY FRAME AND SOURCES OF INFORMATION

The source used to collect information on the target population for the sample design was the IBGE 2010 Census, which was the basis for random selection of municipalities and census enumeration areas.

## SAMPLE SIZE DETERMINATION

A sample plan of up to 3,000 children and their parents or legal guardians was foreseen.

The allocation of the 300 census enumeration areas and the 136 municipalities in Brazil was defined considering a proportional distribution according to the total population aged 9 to 17 years. Some municipalities in the sample were considered self-representative, i.e., they were definitely included in the sample. A total of 24 geographical strata were included for sample allocation (capitals, metropolitan regions, and countryside regions in urban and rural areas). Ten interviews were foreseen by sector (inverse sampling) and a minimum of 2 sectors per municipality. None of the selected units were replaced.

## SAMPLE ALLOCATION

Sample allocation for the ICT Kids Online Brazil 2014 survey was conducted taking into consideration the response rate of the previous survey and the sample size of the population aged 9 to 17 years, with a non-proportional adjustment to each stratum. This adjustment was conducted in order to reduce the nonresponse rate in some strata.

TABLE 1  
DISTRIBUTION OF INTERVIEWS BY GEOGRAPHIC REGION AND STRATUM

Region	ICT Stratum	Municipality sample	Census enumeration area sample
<b>North</b>		<b>19</b>	<b>40</b>
1	Rondônia/Roraima/Acre/Amapá/Tocantins	6	12
2	Amazonas – Total	4	10
3	Pará – Total	9	18
<b>Northeast</b>		<b>39</b>	<b>80</b>
4	Maranhão – Total	5	10
5	Piauí – Total	3	6
6	Ceará – Total	5	12
7	Pernambuco – Total	6	12
8	Rio Grande do Norte – Total	3	6
9	Paraíba – Total	3	6
10	Alagoas – Total	3	6
11	Sergipe – Total	3	6
12	Bahia – Total	8	16
<b>Southeast</b>		<b>40</b>	<b>94</b>
13	Minas Gerais – Belo Horizonte Metropolitan Region	2	8
14	Minas Gerais – Countryside	10	18
15	Espírito Santo – Total	3	6
16	Rio de Janeiro – Rio de Janeiro Metropolitan Region	4	14
17	Rio de Janeiro – Countryside	4	6
18	São Paulo – São Paulo Metropolitan Region	5	20
19	São Paulo – Countryside	12	22
<b>South</b>		<b>23</b>	<b>46</b>
20	Paraná – Total	9	18
21	Santa Catarina – Total	5	10
22	Rio Grande do Sul – Total	9	18
<b>Center-West</b>		<b>15</b>	<b>40</b>
23	Mato Grosso/Mato Grosso do Sul – Total	7	14
24	Goiás – Total	7	14
25	Federal District – Total	1	12

## SAMPLE SELECTION

The sample design for the ICT Kids Online Brazil 2014 survey followed the basic principles of sampling theory such as clustering, stratification, and selection of uneven probabilities for further unit selection.

The survey sample plan was based on a four-stage cluster sampling method with probability proportional to size (PPS) selection and stratification of municipalities and census enumeration areas and, lastly, systematic selection of households and simple random sampling of children. The four stages are summarized below.

- Stage 1 (selection of municipalities): Stratification by geographic region and systematic selection of municipalities in each stratum with probability proportional to size. Sample size was calculated using the total number of children aged 9 to 17 years in municipalities.
- Stage 2 (selection of census enumeration areas): Systematic selection of census enumeration areas with probability proportional to size. Sample size was calculated using the total number of children aged 9 to 17 years in census enumeration areas.
- Stage 3 (selection of households): Systematic selection of households in the selected census enumeration areas, which were listed or inventoried considering a fixed starting point and a constant interval between the approached households.
- Stage 4 (selection of children): Random selection of an eligible child (aged 9 to 17 and Internet user). The selection of parents or legal guardians who answered the survey was intentional and based on those individuals who knew the most about their children's routine and Internet use.

## SELECTION OF MUNICIPALITIES

Municipality selection, the first stage of sample selection, involved systematic selection with set ICT strata (see Table I).

Two or three strata of municipalities were created. The criterion used was the existing politico-administrative division of the Brazilian territory, which comprises 27 federative units (FU), including the Federal District. These were subdivided into smaller groups in three of the 27 states (São Paulo, Rio de Janeiro, and Minas Gerais), while other states were grouped together (Rondônia, Roraima, Acre, Amapá, and Tocantins; Mato Grosso and Mato Grosso do Sul). Municipalities located outside these areas were grouped as countryside.

- Stratum 1 comprised the 27 capitals of the Brazilian federative units.
- Stratum 2 comprised three metropolitan regions: São Paulo, Rio de Janeiro, and Belo Horizonte. Both strata 1 and 2 were definitely included in the sample. The distribution of interviews within the metropolitan regions was proportional to the size of the population of the municipalities in each region.

- Stratum 3 comprised all the municipalities not in Strata 1 and 2; this stratum was named countryside. Municipalities were selected by probability proportional to size (PPS) and implicit stratification by mesoregion, in order to guarantee that the sample would include municipalities less likely to be selected. This ensured that interviews were widespread.

#### CENSUS ENUMERATION AREA SELECTION

Census enumeration areas were determined for each of the municipalities selected in the first stage. The implicit stratification method was employed using the census enumeration area codes, which consist of the federative unit, city, district, sub-district, and neighborhood codes. Following implicit stratification, the selection was made by probability proportional to size (PPS).

#### SELECTION OF HOUSEHOLDS

In each census enumeration area the households to be approached were selected based on systematic sampling, and were listed or inventoried considering a fixed starting point and a constant interval between the approached households. The interval was defined based on the ICT Kids Online Brazil 2013 survey.

Households considered for systematic selection were all private, permanent, and occupied. The following establishments were listed or inventoried, but were not considered for selection:

- Only foreign residents in the households;
- Households unoccupied or used only temporarily during the holiday season;
- Locations used as commercial facilities, churches, or schools;
- Demolition sites or households under construction;
- Households not located.

#### SELECTION OF RESPONDENTS

After selecting and determining eligible households – those with Internet users aged 9 to 17 years – interviews were conducted with the children and parents or legal guardians. In the case of households with more than one child in the same age group, the criterion used was the child whose birthday was next.

## FIELD DATA COLLECTION

### DATA COLLECTION PERIOD

The field survey took place between October 2014 and February 2015.

### FIELD PROCEDURES AND CONTROL

The following field aids were implemented to explain the survey objectives to the selected respondents and improve the response rate:

- A website for frequently asked questions (FAQ) was created;
- Letters describing the survey, explaining its importance, and providing contacts for further information were sent to residents, residential building administrators, and police chiefs;
- Leaflets developed by the Brazilian National Computer Emergency Response Team (Cert.br) containing safety tips for children were handed out to respondents after survey completion.

### SAMPLE PROFILE

The survey was conducted with 4,210 respondents: 2,105 children who were Internet users and 2,105 parents or legal guardians. Interviews were carried out in 2,105 households across Brazil.

This section shows the sample profile of households and Internet users aged 9 to 17 years.

**REGION**

Regarding geographic location, 26% of the households were in the Southeast of the country, 42% in the Northeast, 10% in the South, 9% in the Center-West, and 13% in the North.

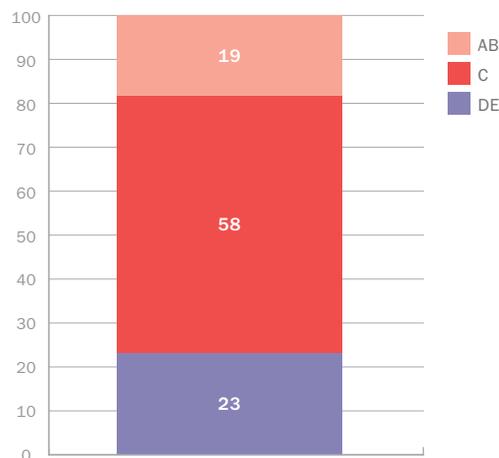
CHART 1  
 SAMPLE PROFILE BY REGION



**SOCIAL CLASS**

A breakdown of the profile of households by social class, based on the Brazilian Association of Research Companies (Abep) criterion, showed that 58% of the households were classified as class C, 19% as class AB, and 23% as class DE.

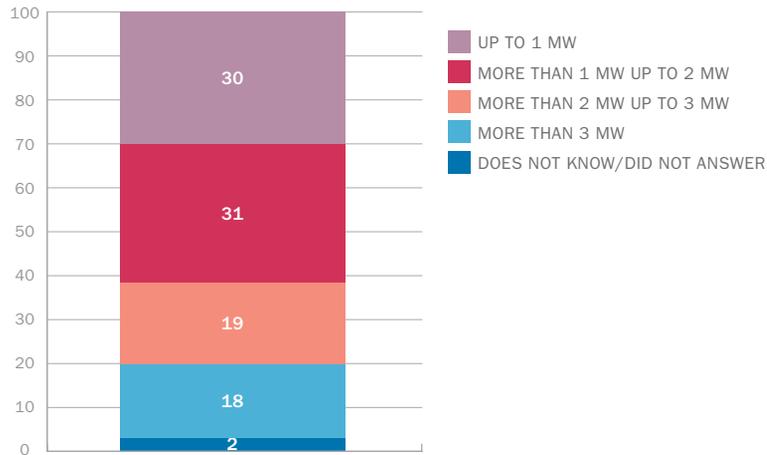
CHART 2  
 SAMPLE PROFILE BY SOCIAL CLASS



### FAMILY INCOME

Family income data show that 30% of sample households had household income of up to 1 minimum wage, 31% more than 1 up to 2 minimum wages, 19% more than 2 up to 3 minimum wages, 18% above 3 minimum wages, and 2% did not know or did not answer about their family income.

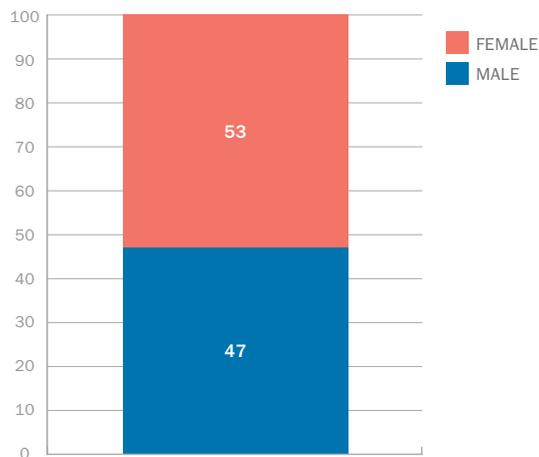
CHART 3  
SAMPLE PROFILE BY FAMILY INCOME



### SEX OF CHILD

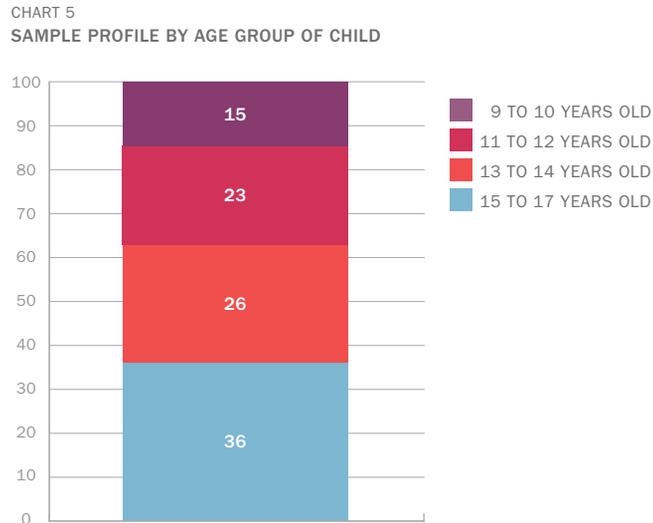
Among the children interviewed, 53% were girls and 47% were boys.

CHART 4  
SAMPLE PROFILE BY SEX OF CHILD



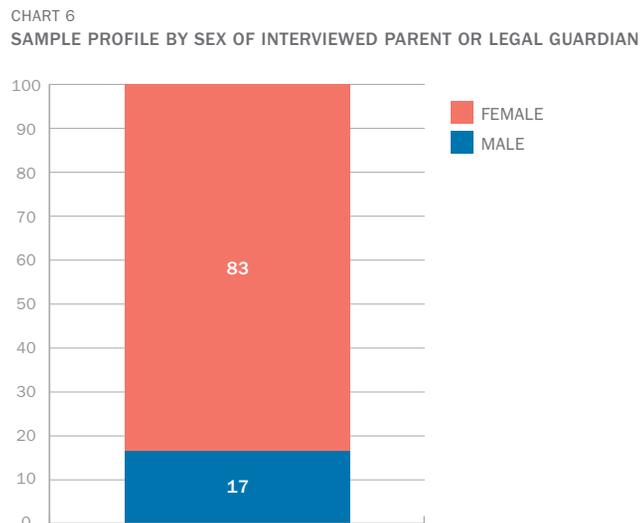
**AGE GROUP OF CHILD**

The breakdown for age group was as follows: 15% of the sample were aged 9 to 10 years, 23% aged 11 and 12 years, 26% aged 13 and 14 years, and 36% aged 15 to 17 years.



**PARENTS OR LEGAL GUARDIANS**

Regarding parents or legal guardians, 83% of respondents were female and 17% were male. It is worth noting that the responding parents or legal guardians were not representative of the overall Brazilian population of parents or legal guardians, because the selection was intentional and based on those individuals who knew the most about their children’s routine and Internet usage.



## DATA PROCESSING

### WEIGHTING PROCEDURES

#### WEIGHTING OF MUNICIPALITIES AND CENSUS ENUMERATION AREAS

Each sampling unit (municipality and census enumeration area) was assigned a separate base weight for each stratum, which was proportional to the relative size of the population aged 9 to 17 years, according to the IBGE 2010 Census.

#### WEIGHTING OF MUNICIPALITIES

In each stratum created, 25 in total, the capitals of the federative units were selected with a probability of one, i.e., they were definitely included in the sample.

Thus, the base weight assigned to each municipality in each sample stratum was given by:

$$w_{hi} = \begin{cases} 1 & \text{if municipality of the capital;} \\ \frac{T_h}{n_h \times t_{hi}} & \text{otherwise.} \end{cases}$$

Where:

$w_{hi}$  is the base weight, equal to the inverse probability of selection of municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$T_h$  is the total size of municipalities in stratum  $h$  that are not self-representative;

$n_h$  is the total sample of municipalities, excluding self-representative ones, in stratum  $h$ ;

$t_{hi}$  is the total size of municipality  $i$  in stratum  $h$ .

Of the 136 municipalities selected, 129 had survey respondents. The weight of responding municipalities was corrected for nonresponse bias to compensate for the loss of selected municipalities with no survey respondents.

Nonresponse was corrected with the following calculation:

$$w_{hi}^* = \begin{cases} w_{hi} \times \frac{S_h^s}{S_h^r} & \text{if the municipality was not self-representative;} \\ \frac{n_{ph}}{n_{ph}^e} & \text{otherwise.} \end{cases}$$

Where:

$w_{hi}^*$  is the weight corrected for nonresponse of municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$S_h^s$  is the sum of the weights of selected municipalities in stratum  $h$ ;

$S_h^r$  is the sum of the weights of responding municipalities in stratum  $h$ ;

$n_{ph}$  is the total of self-representative municipalities in the sample in stratum  $h$ ;

$n_{ph}^e$  is the total of responding self-representative municipalities in stratum  $h$ .

#### WEIGHTING OF CENSUS ENUMERATION AREAS

At least two census enumeration areas were chosen from each municipality selected for the survey. For selection, each census enumeration area was assigned a weight proportional to the relative size of the population aged 9 to 17 years. In all, 300 census enumeration areas were selected to compose the sample.

Therefore, the base weight for each census enumeration area in each municipality was given by:

$$w_{hij} = \frac{T_{hi}}{n_{hi} \times t_{hij}}$$

Where:

$w_{hij}$  is the base weight, equal to the inverse probability of selecting census enumeration area  $j$  in municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$T_{hi}$  is the total size of census enumeration areas in municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$n_{hi}$  is the total sample of census enumeration areas in municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$t_{hij}$  is the total size of census enumeration area  $j$  in municipality  $i$  in stratum  $h$ .

Of the 300 selected census enumeration areas, 251 had survey respondents. The weight of responding municipalities was corrected for nonresponse bias to compensate for the loss of selected census enumeration areas with no survey respondents.

Nonresponse was corrected with the following calculation:

$$w_{hij}^* = w_{hij} \times \frac{S_{hi}^s}{S_{hi}^r}$$

Where:

$w_{hij}^*$  is the corrected weight of nonresponse for census enumeration area  $j$  in municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$S_{hi}^s$  is the sum of the weights of selected census enumeration areas in municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$S_{hi}^r$  is the sum of the weights of responding census enumeration areas in municipality  $i$  in stratum  $h$ .

### WEIGHTING OF HOUSEHOLDS

In the selected census enumeration areas, households were chosen systematically with a variable interval. The goal was to interview 10 households with the population of interest in each census enumeration area.

The households were weighted as follows:

The first factor for calculating the weight of households corresponded to the estimated total of households in the census enumeration area whose population was eligible for the survey. This estimate was given by:

$$E_{hij} = \frac{D_{hij}^E}{D_{hij}^A} \times D_{hij}$$

Where:

$E_{hij}$  is the estimated total of eligible households in census enumeration area  $j$  in municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$D_{hij}^E$  is the total number of eligible households approached in census enumeration area  $j$  in municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$D_{hij}^A$  is the total number of eligible households contacted in census enumeration area  $j$  in municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

$D_{hij}$  is the total number of households in census enumeration area  $j$  in municipality  $i$  in stratum  $h$ ;

The second factor corresponded to the total number of eligible households in which the survey was effectively administered in census enumeration area  $j$  of municipality  $i$  in stratum  $h$ :

$$D_{hij}^{RE}$$

The weight of each household in census enumeration area  $j$  of municipality  $i$  in stratum  $h$  was given by:

$$w_{hijD} = \frac{E_{hij}}{D_{hij}^{RE}}$$

### WEIGHTING OF RESPONDENTS IN EACH HOUSEHOLD

In each participating household, an eligible respondent from the age group of interest was selected to answer the survey. Thus, for households with  $k$  respondents, the weight of the respondent is  $k$ .

### FINAL WEIGHT OF EACH RECORD

The final weight of each survey record was obtained by multiplying the weights obtained in each step of the weighting process.

$$w_{hijDk} = w_{hi}^* \times w_{hij}^* \times w_{hijD} \times k$$

## SAMPLING ERRORS

Margins of error must take into account the sampling plan set for the survey.

The ultimate cluster method estimates variances for total estimators in multi-stage sample plans. Proposed by Hansen, Hurwitz and Madow (1953), this method only considers the variation between information available at the level of the primary sampling units (PSU) and assumes that these have been selected with population repositioning.

With this simple idea, one can consider stratification and selection with uneven probabilities for both the primary sampling units and other sampling units. The premise for using this method is that there are unbiased estimators of the total amount of the variable of interest for each primary conglomerate selected, and that at least two of them are selected in each stratum (if the sample is stratified in the first stage).

This method is the basis for several statistical packages for variance calculations considering the sampling plan.

From the estimated variances, we opted to disclose errors expressed as the margin of error of the sample. For publication, margins of error were calculated at a 95% confidence level. This indicates that the results based on this sample are believed to be accurate, within the range set by the margins of error, 19 times out of 20 - i.e., if the survey were repeated several times, in 95% of those times the range would contain the true population value. Other values derived from this variability are usually presented, such as standard deviation, coefficient of variation, and confidence interval.

The margin of error is calculated by multiplying the standard error (square root of the variance) by 1.96 (sample distribution value, which corresponds to the chosen significance level of 95%). These calculations were made for each variable in all tables; hence, all indicator tables have margins of error related to each estimate presented in each cell of the table.

## DATA DISSEMINATION

The results of this survey were presented in accordance with the variables described in the domains of interest for analysis and dissemination.

In tables with footnotes indicating “Each item presented refers only to the results of affirmative – i.e. ‘yes’ - answers,” the indicator was collected with “yes,” “no,” and “don’t know” alternatives, although it was decided that only “yes” answers would be presented.

In some results, rounding caused the sum of partial categories to be different from 100% in single-answer questions. The sum of frequencies in multiple answer questions may exceed 100%.

Data and results of the ICT Kids Online Brazil 2014 survey are published in book format and are made available on the Cetic.br website – <http://www.cetic.br> – to provide information to the government, academia, and other interested parties.

## REFERENCES

BOLFARINE, H.; BUSSAB, W. O. *Elementos de amostragem*. São Paulo: Blucher, 2005.

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014. Available at: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Accessed on: September 10, 2015.

COCHRAN, W. G. *Sampling Techniques*. 3.ed. New York: John Wiley & Sons, 1977.

HANSEN, M. H.; HURWITX, W. N.; MADOW, W. G. *Sample Survey Methods and Theory*. New York: Wiley, 1953. v.I.

KISH, L. *Survey Sampling*. New York: Wiley, 1965.

LONDON SCHOOL OF ECONOMICS. *EU Kids Online: Enhancing Knowledge Regarding European Children's Use, Risk and Safety Online*. Available at: <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>. Accessed on: February 20, 2013.

VASCONCELLOS, M. T. L.; NASCIMENTO SILVA, P. L.; SZWARCOWALD, C. L. Sampling design for the World Health Survey in Brazil. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 21, s. 1, p. S89-S99, 2005.

## ANALYSIS OF RESULTS ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014

### PRESENTATION

The indicators on Internet use in Brazil over the last 10 years have shown that children access the Internet at higher rates than the average population as a whole. Among Internet users in the country, 22% are aged between 10 and 17, which corresponds to 20.7 million Brazilians – figures that point to the relevance of the involvement of this group on the Internet (CGI.br, 2015).

The enlargement access to the Internet represents an unprecedented source of opportunities regarding children's access to information and right to freedom of expression. Among the benefits of such access are opportunities related to participation, creativity and communication (ÓLAFSSON; LIVINGSTONE; HADDON, 2014).

At the same time, the Internet engenders a series of risks that must be considered. These include access to inappropriate content (such as pornography, violence or hate messages), harmful contact with adults (online sexual harassment, for example) and problematic behaviors (in which children are victims or agents of bullying or privacy violations).

With the objective of broadening the debate on Internet use by children in Brazil, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) conducted the third edition of the ICT Kids Online Brazil survey. This study follows the methodological framework of the European network EU Kids Online<sup>1</sup>, set up by the London School of Economics and Political Science, which allows for the development of comparative analyses between participating countries.

The main objective of the survey is to expand knowledge about the experiences and practices of children in terms of the risks and opportunities related to Internet use.

This report presents the main results obtained by the ICT Kids Online Brazil 2014 survey and a comparison of the main indicators of studies conducted in previous years, covering the following themes:

---

<sup>1</sup> More information about the research parameters can be found at: <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>.

- Internet access and use;
- Online activities;
- Communication practices and social networking;
- Consumption and exposure to advertising;
- Skills for critical use of the Internet;
- Risks and harm;
- Mediation by parents or legal guardians.

# ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2014 HIGHLIGHTS



## INTERNET USE BY CHILDREN

Internet access via mobile devices increased significantly in 2014: 82% of children who use the Internet access the web on mobile phones, whereas this percentage was 53% in 2013. Internet access via tablet also increased: 32% of Internet users children use tablets in 2014. At the same time, access via desktop computers decreased: in 2014, they were used by 56% of children.



## SOCIAL NETWORKS AND OTHER ONLINE ACTIVITIES

The percentage of Brazilian children with their own profile on a social networking website remains stable (79%). The use of instant messaging increased 25 percentage points in comparison to the previous edition. Other important activities carried out by children include using the Internet for schoolwork (68%), research (67%), and listening to music (50%).

## SKILLS FOR CRITICAL INTERNET USE

A considerable portion of Internet users aged 11 to 17 knows how to block messages from someone (64%). Furthermore, 58% report knowing how to find information on how to use the Internet safely, an increase of 13 percentage points in comparison to 2013.



## MEDIATION OF PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

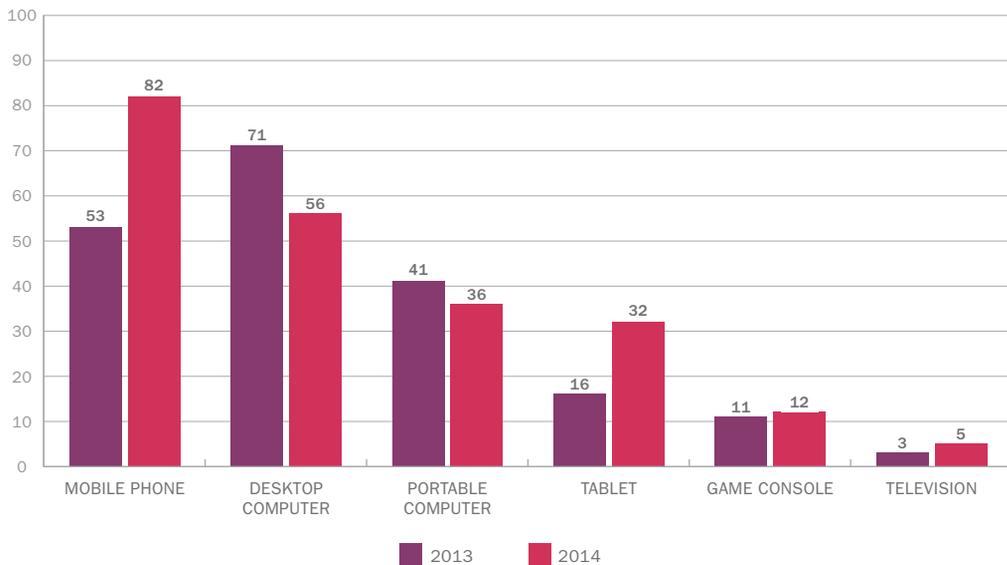
The data show an increase in parents' guidance to their children: 70% report they remain nearby while their children are online and 81% talk to them about how to use the Internet safely. In 2013, these percentages were 64% and 69%, respectively. Information on safe Internet use is obtained through media such as television, newspapers or magazines, cited by half of the parents or legal guardians.

## PROFILE OF INTERNET ACCESS AND USE

Over recent years, there has been a consolidation of the worldwide growth trend in Internet use via mobile devices – which has made the Internet more accessible to children and has significantly changed their online experience (VINCENT, 2015).

According to data from the ICT Kids Online Brazil 2014, 82% of Internet users aged 9 to 17 years report having accessed the Internet via mobile phones. This represents a growth of 29 percentage points in the use of this device in comparison with 2013 and shows that, for the first time, mobile phones have become the main device used for Internet access in Brazil. Following the same mobility trend, access via tablets doubled in comparison to the 2013 edition of the survey: 16% in 2013, and 32% in 2014 (Chart 1).

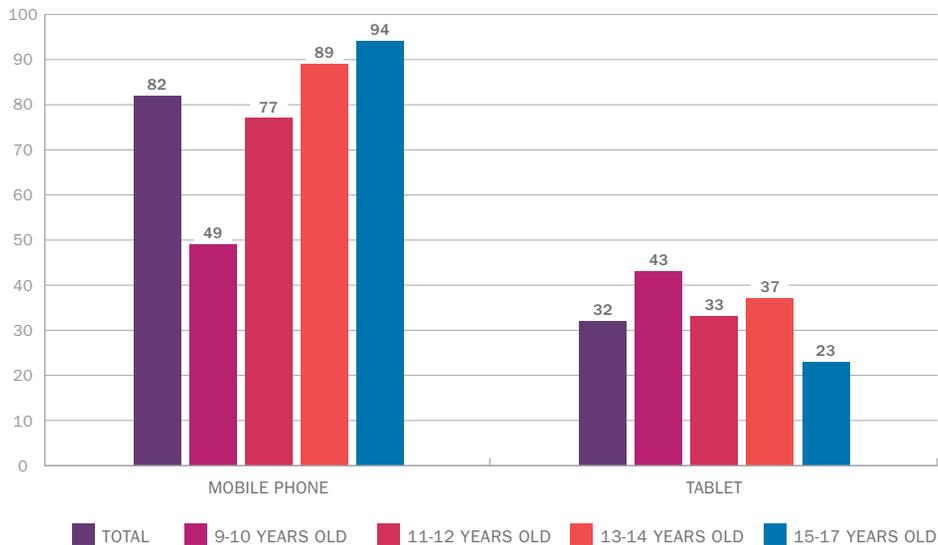
CHART 1  
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET (2013 – 2014)  
Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old



The survey also reveals a correlation between the use of mobile phones to access the Internet and the child's age. Among 9- and 10-year-olds, 49% use a mobile phone to access the web. This percentage increases considerably among youth aged 11 and 12 (77%), 13 and 14 (89%) and especially among Internet users aged between 15 and 17 years (94%).

In turn, a higher percentage of younger children use tablets to access the Internet. Among 9- and 10-year-olds, this percentage reaches 43%, while among children aged 15 to 17 years, it is 23%, as illustrated in Chart 2.

CHART 2  
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET, BY AGE GROUP (2014)  
– MOBILE PHONE AND TABLET  
Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old



The percentage of mobile phone use to access the Internet is very similar among all social classes. In higher-income classes (AB), 84% of children use mobile phones to browse the web. In class C, this percentage is 81% and in class DE, 79%. This indicates a significant level of mobile phone penetration among users from all socioeconomic classes.

Access via desktop computers decreased 15 percentage points in comparison with the previous year, going from 71% in 2013 to 56% in 2014. The percentage of children who use portable computers also decreased: from 41% in 2013 to 36% in 2014.

The trend of decreased use of fixed devices and the corresponding increase in the use of mobile and personal devices corroborate the behavior verified among the rest of the population. According to data from the ICT Households survey, 47% of Brazilians 10 years or older used the Internet via mobile phones in 2014 – which in absolute numbers represents 81.5 million people (CGI.br, 2015).

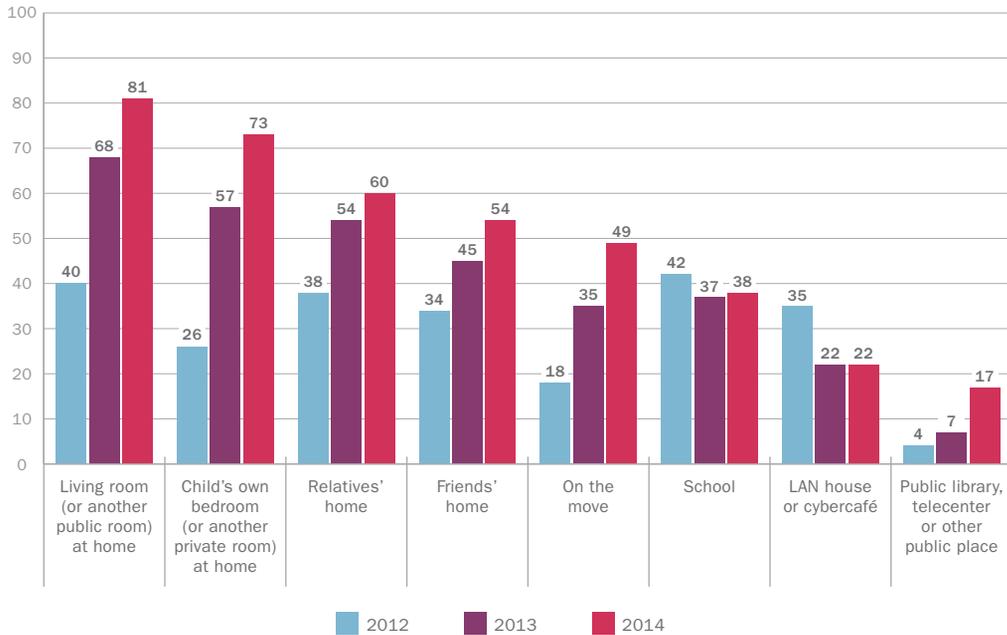
### LOCATION OF INTERNET ACCESS

With regards to the location of access, social areas at home continued to be the most reported location to access the Internet, mentioned by 81% of children (Chart 3).

However, the percentage of Internet use in private areas has also risen significantly over recent years – which can also be associated with the growth in the use of mobile devices (VINCENT, 2015). From 2013 to 2014, Internet access from bedrooms or other private areas at home increased 16 percentage points. This percentage is significantly higher in class AB

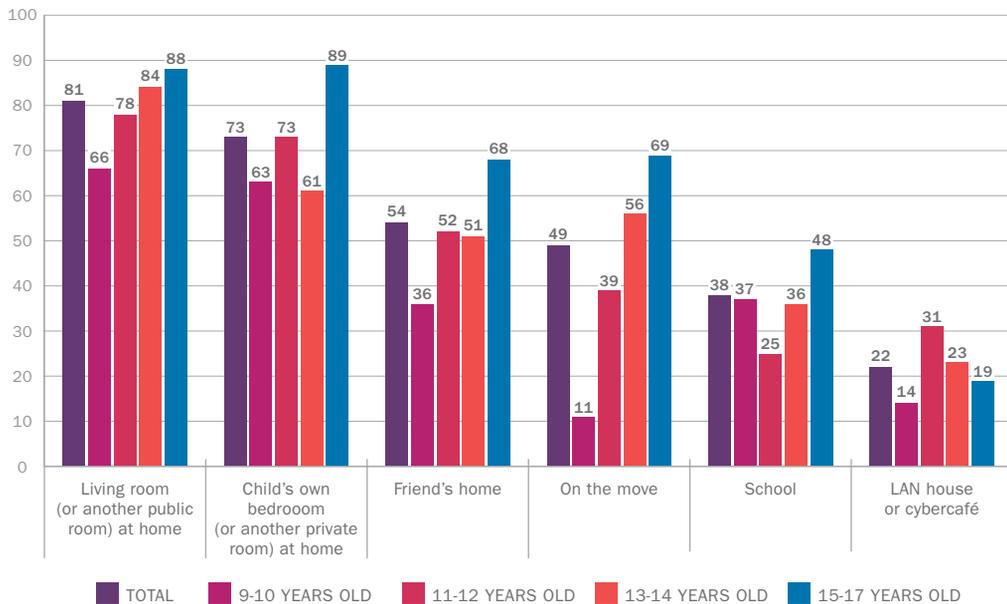
(80%), although the results found for classes C (72%) and DE (64%) have also experienced significant growth.

CHART 3  
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS (2012–2014)  
Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old



Location of access is also related to age: the older the child, the higher the percentage of Internet use in private environments (Chart 4). It is worth noting that the possibility of a child accessing the Internet in private locations does not mean that such use is not mediated by parents or legal guardians. This new scenario, however, makes it even more complex to develop parental strategies to regulate their children's Internet use, ranging from more active to more restrictive forms of mediation (MASCHERONI; CUMAN, 2014).

CHART 4  
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY AGE GROUP (2014)  
Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old



A rise is observed in practically every type of location investigated by the survey, with the exception of schools and LAN houses. Internet access at school remained practically stable between 2013 and 2014, with no significant differences among social classes. This result indicates that there are important challenges to the adoption of the Internet in teaching and learning processes in Brazilian schools – a fact that has also been verified over the last five years of the ICT in Education survey (CGI.br, 2015).

Access from LAN houses or cybercafés remained stable: 22% in the last two years. Although the result has remained the same, this type of location still plays an important role in the digital inclusion of children from class DE, as 35% of them access the Internet from this location, whereas in class AB, this percentage is only 15%.

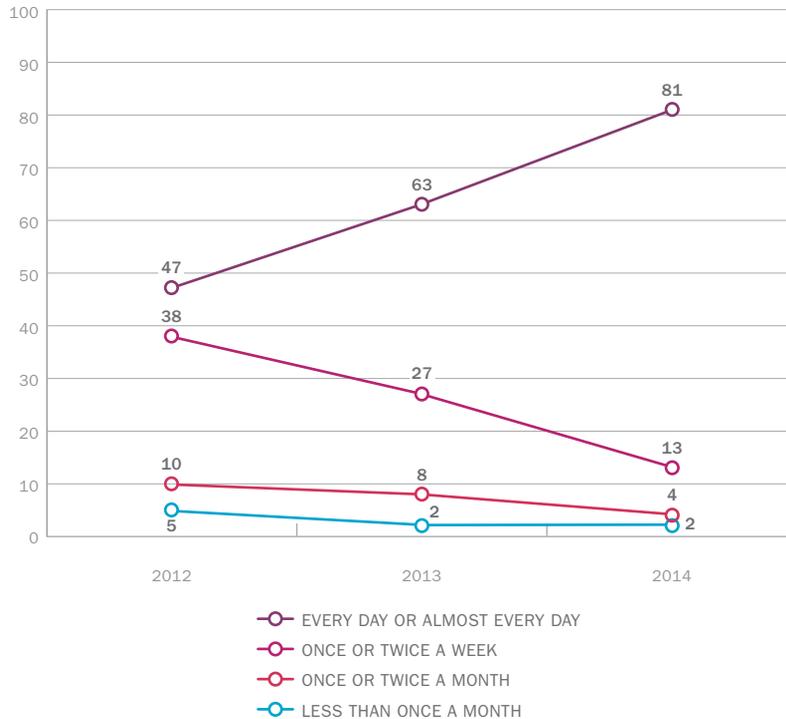
### FREQUENCY OF INTERNET USE

The frequency of Internet use has increased in recent years among Brazilians. According to the ICT Households survey, in 2014, of the total number of individuals 10 years old or older who use the Internet, 80% do so every day (CGI.br, 2015).

Specifically in the case of children 9 to 17 years old, using the Internet every day or almost every day is already true for 81%, an increase of 18 percentage points compared with the results of the ICT Kids Online Brazil 2013 survey (Chart 5).

Age also affects children's daily Internet use: among younger children (9 to 10 years old), 64% use it every day, whereas among 15- to 17-year-olds, this percentage is 87%.

CHART 5  
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE (2012 – 2014)  
Percentage of total number of Internet users 9 to 17 years old



Important differences were also found in the frequency of use by social class: among children from class AB, 92% reported using the Internet at least once a day, while among classes C and DE, these percentages are significantly lower: 82% and 62%, respectively.

In addition, the time that children spend online also reveals important aspects of their Internet use profile. On weekdays, 23% of children report being on the Internet for over four hours a day, compared to 37% of 15- to 17-year-olds. On weekends, a higher percentage of children report staying online for over four hours a day, 41%. In 2013, this percentage was only 19%.

The survey also shows important differences in terms of hours spent online and socioeconomic classes. While 35% of young Internet users from class AB report spending four hours or more on weekdays, this percentage is only 11% in class DE. The same difference is observed on weekends, when 48% of class AB and 32% of class DE report spending over four hours connected to the Internet. It is worth mentioning that indicators related to frequency and hours spent online are associated with increased access to the Internet via mobile devices, considered a rapid change in the media environment and of increasingly less importance to distinguish between the online and offline worlds (HASEBRINK, 2014).

## ONLINE ACTIVITIES

Communication and entertainment continue among children's most common activities on the Internet. Studies in Europe indicate that children with smartphones engage in these types of activities more often, which can be explained by the fact that it is a portable device, always available and that allows for more privacy (MASCHERONI; CUMAN, 2014).

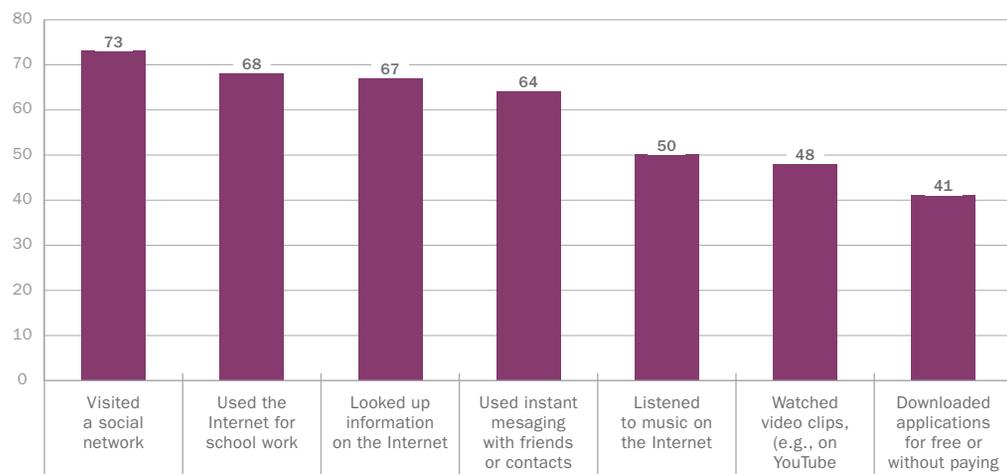
Therefore, in addition to access and types of device used, it is essential to understand children's online activities and behaviors. The results of the ICT Kids Online Brazil 2014 survey show that communication practices are the most frequent (Chart 6). Visiting a social network appears as the most reported activity by Brazilian children connected to the Internet (73%). Sending instant messages also increased – 64% reported carrying out this activity in 2014, while in 2013, this percentage was 39%.

Activities related to searching for information and content are also mentioned by a high percentage of children: 68% report using the Internet for schoolwork and 67% mention using it for searching information on the web. Activities such as listening to music (50%) and watching videos (48%) also presented significant results. Activities related to consumption were reported less often since only 5% reported having paid for application downloads and 4% having bought things on the Internet.

In addition, activities related to content creation and sharing – which involve a more proactive exercise of freedom of expression on the web – were also addressed in the survey: 43% of children posted photos, videos or music on social networks or instant messages.

CHART 6  
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITY CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE LAST MONTH – SELECTED ACTIVITIES (2014)

Percentage of total number of Internet users 9 to 17 years old



The types of activities carried out vary when analyzed by age group and socioeconomic class. In terms of significant differences by age, activities involving games are more frequent among younger children. Playing alone was reported by 67% of 9- to 10-year-olds, while this figure was only 25% among 15- to 17-year-olds. Creating a character or pet was mentioned by only 19% of 15- to 17-year-olds, while this rate was twice as much (38%) among 9- to 10-year-olds.

Sending instant messages to chat with friends also presented significant difference among age groups: 82% of children between the ages of 15 and 17 report the activity, while this percentage was 37% among 9- to 10-year-olds.

Regarding socioeconomic class, there is a balance among most activities. Nonetheless, some inequalities appear, particularly in activities that require higher connection speeds. While the use of file transfer or download websites is reported by 36% of children in class AB, this proportion was significantly lower in classes C (9%) and DE (5%). Furthermore, 62% of children from class AB report watching videos, while in class DE, this percentage is only 29%.

Among most of the analyzed activities, no significant differences were found in terms of sex. However, as observed in 2013, activities related to online games continue to be more frequent among boys. While 38% of boys reported playing with other people on the Internet, this percentage was only 15% among girls.

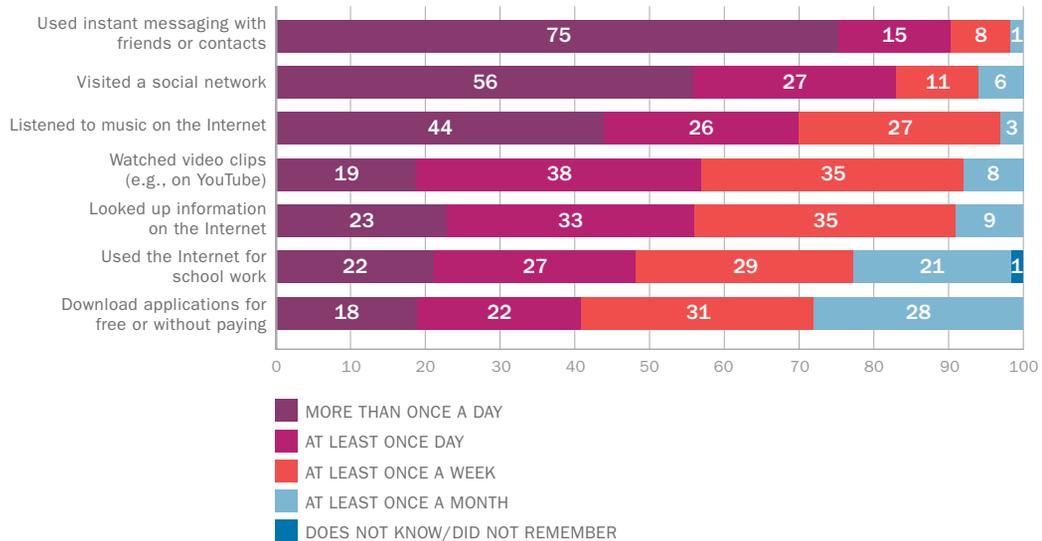
The ICT Kids Online Brazil 2014 survey also looked into the frequency with which children 11 to 17 years old carry out activities on the Internet.<sup>2</sup> Among all the activities investigated in the survey, those related to forms of communication and social interaction are most frequent among this age group (Chart 7). Sending instant messages is the most frequent activity: 75% report doing so more than once a day.

---

<sup>2</sup> To obtain a more accurate analysis of the habits of children, a new answer category was created with regards to frequency of activities: "More than once a day". This was done in order to further disaggregate the information on the intensity of certain activities. Frequency of activities carried out was not investigated among 9- and 10-year-olds.

CHART 7  
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE, BY EACH ACTIVITY CARRIED OUT IN THE LAST MONTH – SELECTED ACTIVITIES (2014)

Percentage of the total number of Internet users 11 to 17 years old who used the Internet to carry out each activity



Entertainment-related activities were also frequently reported: 70% of children report listening to music at least once a day or more than once a day. Another 37% report playing games with other people more than once a day.

In turn, despite commonly reported, other uses of the Internet, such as for schoolwork (49% use it for this purpose daily) and research (56%), are not among the most frequent ones.

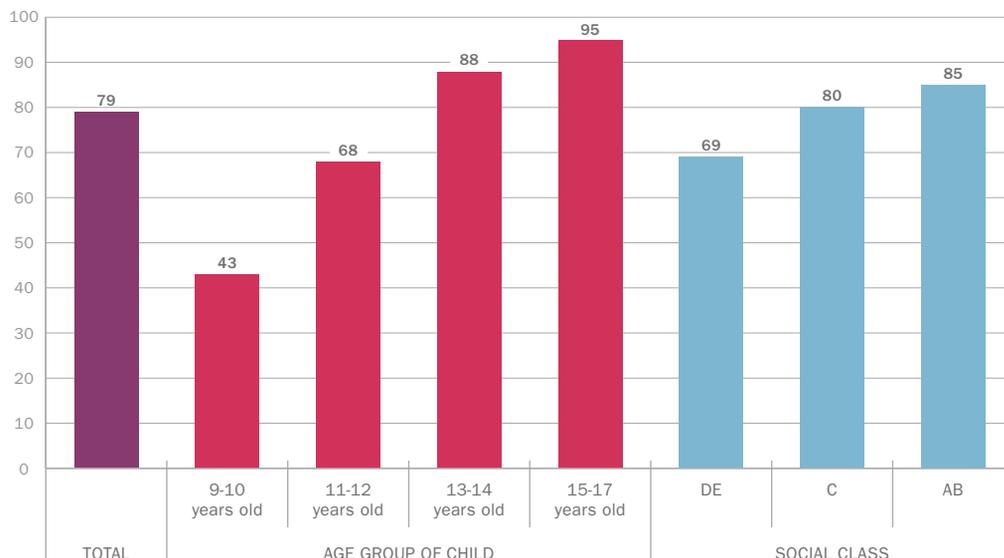
## COMMUNICATION PRACTICES AND SOCIAL NETWORKS

The ICT Kids Online Brazil 2014 also confirms the high importance that activities on online social networks have among children: 79% of children who are Internet users report having their own profile on at least one social network. Furthermore, the older the child, the greater the access to social networks: 95% of 15- to 17-year-olds have their own social networking profile compared to 43% of 9- and 10-year-olds (Chart 8).

On the other hand, this indicator also shows that the age restriction established by the main platforms does not necessarily limit access among this age group.<sup>3</sup> A comparative study between the national scenario and that of more than seven European countries shows that Brazil has a higher percentage of 9- to 10-year-olds with their own social networking profiles (SOZIO et al. 2015).

<sup>3</sup> Facebook requires users to be at least 13 years old to create an account. More information at: <<https://pt-br.facebook.com/help/157793540954833>>.

CHART 8  
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS (2014)  
Percentage of the total number of Internet use 9 to 17 years old



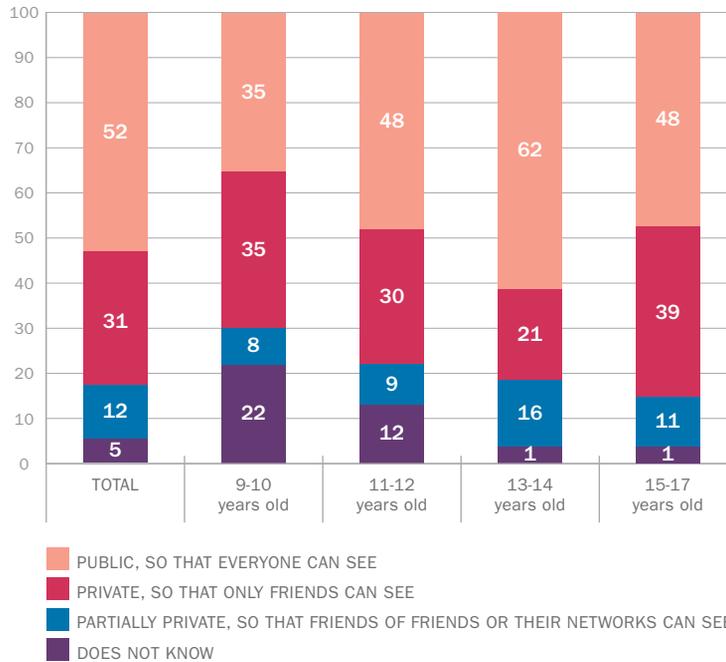
Facebook continues the most accessed social network by children: 78% report having a Facebook profile, and for 69% this is the most commonly used platform. However, an emerging use of Instagram (24%) and Twitter (15%) is observed, and a significant percentage also reported “other social networks” (9%) in 2014.

Of all Internet users with a social network profile, 10% reported having more than one profile on the same network. Regarding the number of contacts that children have on the network, 22% report having 101 to 300 contacts on their personal pages and 43% report having more than 300 contacts, a significant increase in comparison to 2013, when this percentage was only 29%.

In addition, to a certain degree, types of use of social networks refer to the level of exposure that young people choose to have on the Internet. The survey shows that 52% of children with their own social networking use a public profile, i.e., people outside their social circles can access their personal information, whereas in 2013 this percentage was 23%.

In terms of age group, the survey indicates that among 13- to 14-year-olds with a social networking profile, 62% have a public profile – which is significant when considering that these individuals are in an intermediary position between being submitted to greater levels of parental mediation (which generally occurs until 12 years of age) and having a more proficient use of the Internet (between 15 and 17 years old). A considerable percentage of respondents up to 12 years old also report not knowing how to describe their privacy setting on their social networking profiles – 22% of children between the ages of 9 and 10 do not know or did not answer this question.

CHART 9  
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRIVACY SETTING ON SOCIAL NETWORKING PROFILE (2014)  
Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old who have their own social networking profile



Still considering exposure of children on social networks, the survey addressed the type of personal information shared on their personal pages. The results show that 90% of children with a social networking profile post a photo that clearly shows their face, 46% disclose the name of their school and 30% share their phone number.

## CONSUMPTION AND EXPOSURE TO ADVERTISING

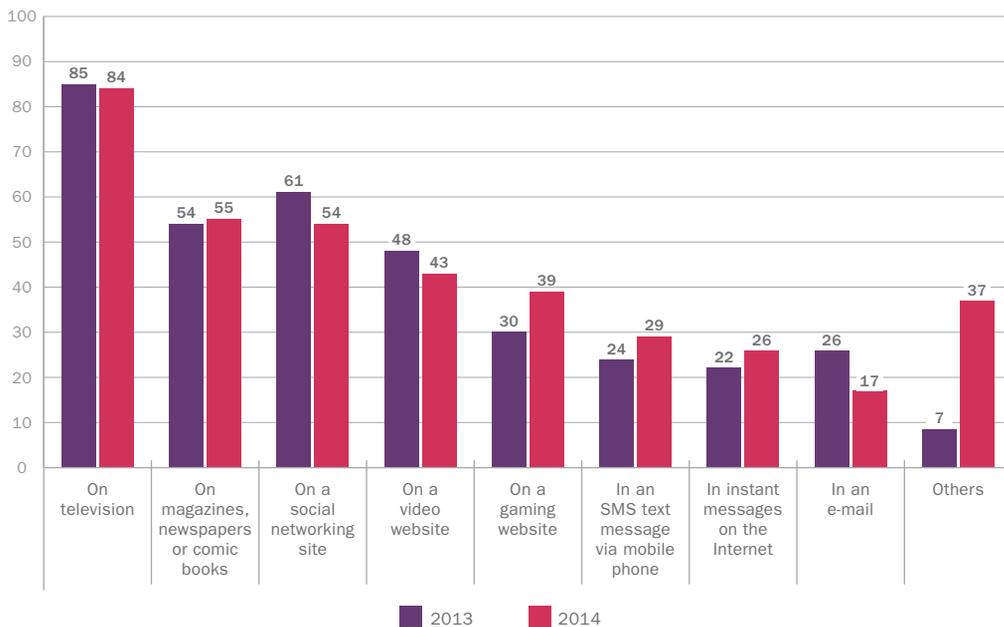
Children are a significant target audience for the industry in general, especially in reference to entertainment and culture. In this context, enterprises make continuing research investments to monitor their preferences (CORREIA, 2013). The fact that children are such a globally profitable market has fostered the development of advertising to children and the intensification of marketing aimed particularly at this segment. The major concerns involved include consumerism and, for some age groups, children's limited capacity to differentiate between commercial and noncommercial products. Henriques and Toledo (2014) point to a complementarity strategy between television media and information and communication technologies. Thus, marketing content is directed at the child audience in different environments and platforms, including all forms of media to the shelves of commercial establishments. While playing games online, for example, children are being exposed to advertising (SAMPAIO, 2009).

In this context, the ICT Kids Online Brazil survey has been monitoring the topic of consumption and exposure to advertising since 2013, in both online and offline environments. The objective is to understand how these users interact with such content.

Results from the survey indicate that among children, the television continues the main medium of contact with some type of publicity or advertising. Among 11- to 17-year-olds, 84% saw some sort of advertising on television in the 12 months prior to the survey, similar to 2013, when this percentage was 85%. There was an increase in the percentage of children who mentioned having been exposed to publicity on online gaming websites: 39% of individuals from 11 to 17 years old.

In 2014, the percentage of children who reported having been exposed to advertising in other environments beyond those on the list of investigated items also increased (37%). Some of the locations cited spontaneously include streets and commercial establishments (Chart 10).

CHART 10  
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING OR PUBLICITY TO WHICH THEY WERE EXPOSED IN THE LAST 12 MONTHS (2013 - 2014)  
Percentage of the total number of Internet users 11 to 17 years old



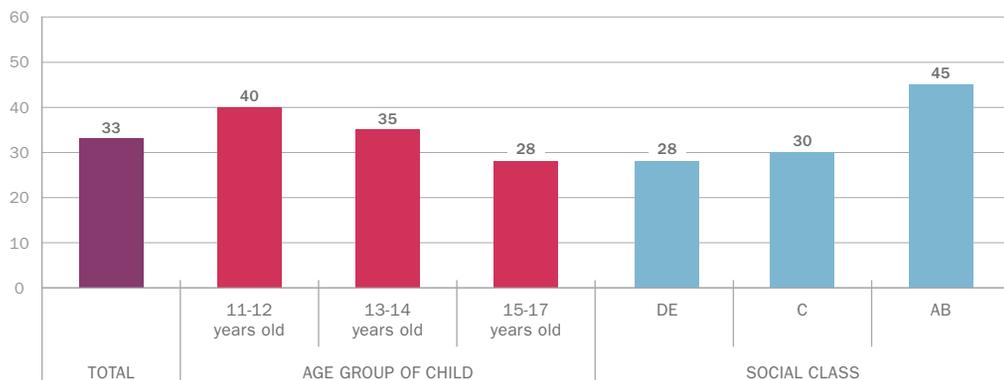
Significant differences were found among socioeconomic classes regarding exposure to marketing content. While 56% of young Internet users from class AB saw advertising on online gaming websites, this percentage was 32% in class DE. On video websites, the same difference was observed: in class DE, 27% reported having seen some form of advertising on this platform, while in class AB, this percentage was 64%. It is worth mentioning that these differences are also associated with the percentage of children who have access to such media, which explains the relevance of socioeconomic class when analysing this indicator.

The perception of users regarding advertising seen was also addressed in this survey. Among children who were exposed to some publicity or advertising on television, 38% report they liked it or liked it very much, 30% remained indifferent, and 32% disliked the content seen. Regarding the perception of advertising seen on the Internet, a significant percentage (40%) reported they did not like the content (40%), while 30% were indifferent to the content and another 30% reported they liked it or liked it very much.

Of the total number of children who saw some kind of advertising, 33% reported they had asked their parents for a certain product after seeing it on the Internet.<sup>4</sup> Purchase requests also vary according to socioeconomic class and age: in class AB, this percentage is 45%, while in class DE it is 28%. Regarding age group, among 11- and 12-year-olds, 40% asked their parents or legal guardians for a certain product, while among those between 15 and 17 years old, this percentage was only 28% (Chart 11).

CHART 11  
PROPORTION OF CHILDREN WHO ASKED THEIR PARENTS FOR A PRODUCT AFTER BEING EXPOSED TO ADVERTISEMENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS BY AGE GROUP AND SOCIAL CLASS (2014)

Percentage of the total number of Internet users from 11 to 17 years old who saw advertisements in the last 12 months



Finally, the survey also investigated whether children between 9 and 17 years old had sought information about a certain brand or product on the Internet in the 12 months prior to the interview. The results show that 31% sought some information, of which 44% were from class AB, 29% from class C and 20% from class DE.

<sup>4</sup> Given the scenario of convergence in media consumption, it is difficult to define which marketing content is seen on the Internet and not in other forms of media.

## PERCEPTION OF PARENTS AND LEGAL GUARDIANS REGARDING CONSUMPTION AND EXPOSURE TO ADVERTISING

The ICT Kids Online Brazil survey also interviewed parents and legal guardians on the topic of consumption and exposure to advertising. The objective was to assess their perception regarding the exposure of their children to advertising-related content in different media formats.

In general, the percentage of parents or legal guardians who reported that their children were exposed to marketing content is lower than that reported by children. Of the total number of parents or legal guardians interviewed, 77% reported that their children were exposed to some type of advertising-related content on the television in the 12 months prior to the interview. Also, 40% of parents considered that their children were exposed to advertisements on social networks. Exposure to advertising on online gaming websites was mentioned by 28%. It is interesting to note that the dissemination of mobile devices also limits the ability of parents and legal guardians to monitor exposure to marketing content, given the increasingly private use made by children.

According to parents and legal guardian whose children saw some advertising or publicity, 38% said that their children saw advertising on the Internet considered inappropriate for their age and 8% mentioned that their children were upset or bothered by some of the advertising seen.

Furthermore, 36% of parents or legal guardians stated that their children asked for a product seen on the Internet and 13% reported having bought this product. According to parents and legal guardians, the most requested items are electronic devices (25%). Considering family purchasing power, social class is also an important factor in determining requests. In class AB families, 50% of parents reported that their children asked for a certain product, and 26% reported actually purchasing the product.

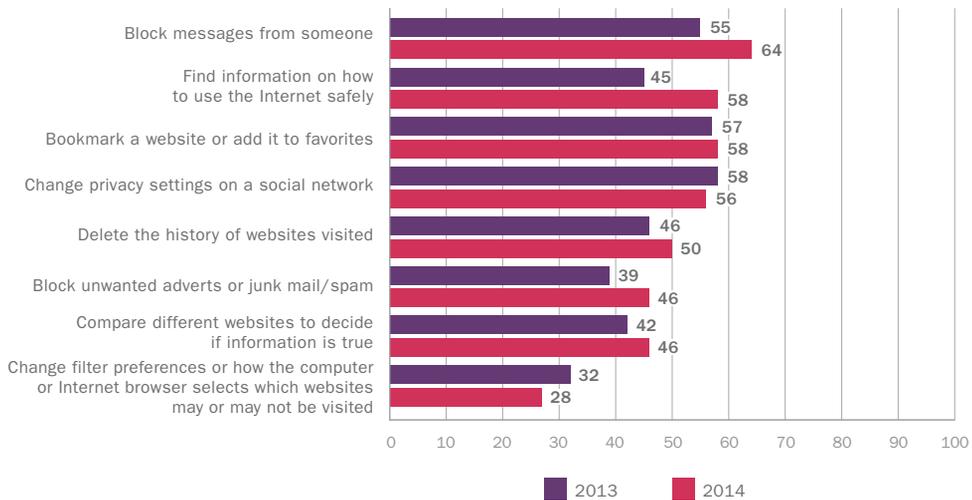
## SKILLS FOR CRITICAL USE OF THE INTERNET

The development of skills for Internet use has been one of the central concerns in the debate involving the protection of children's rights online. Beyond the crucial role that mediation actors can play – such as parents, legal guardians and educators –, greater experience with Internet use can be a determining factor in educating more critically-minded users (MASCHERONI; CUMAN, 2014).

The ICT Kids Online Brazil 2014 survey sought to address the debate on ICT skills by measuring the competencies reported by young people in terms of how they handle more or less complex digital tools.

Despite the important changes recorded in the form and intensity of Internet use, the investigated skills underwent few changes with regards to the previous edition of the survey. Among the most reported items are blocking messages from someone and finding information on how to use the Internet safely, 64% and 58%, respectively (Chart 12).

CHART 12  
PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS (2013 – 2014)  
Percentage of the total number of Internet users 11 to 17 years old



However, these skills vary among different demographic groups, such as age and socioeconomic class. In general, older children and those from higher social classes report having more skills.

The ability to change privacy settings on social network profile in class AB is reported by 68% of young Internet users and by 69% of those between the ages of 15 and 17 – values higher than those for the total number of children (56%).

Furthermore, the survey found that among the children who have their own profile on social networks, 52% created them independently (alone); 27% relied on the help of another person; and 21% report they had their profiles created by others. In this case, age was also a significant variable. While 65% of children aged 15 to 17 years created their own profiles, this percentage was only 12% among 9- and 10-year-olds.

The perception of children regarding their skills for using digital tools was also investigated in the survey. Among users between 11 and 17 years old, 46% said that they know a lot of things about using the Internet and 70% believe they know more about the Internet than their parents.

The percentage of children who demonstrated knowledge on the existing opportunities and risks on the Internet is significant: 73% reported that there are a lot of things on the Internet that are good for children and young people their age. An even greater percentage (80%) agrees that there are things on the Internet that might bother or upset them.

## RISKS AND HARM

The public debate on the risks of Internet use to child development has expanded insofar as the use of Internet advances among children. This agenda encompasses a heterogeneous set of experience which among other aspects, include:

- Inappropriate content, such as pornography, discrimination or hate speech;
- Potentially harmful content, such as cases of sexual grooming or harassment;
- Problematic conduct, such as the attention that has been given to cases of cyberbullying and invasion of privacy (LIVINGSTONE; HELSPER, 2010).

As these are sensitive topics that are difficult to measure with structured instruments, data collection also included self-completion questionnaires in order to provide respondents more privacy for answering the questions and allowing them to address themes such as exposure to pornography and bullying, among others. Therefore, two versions of a self-completion questionnaire were used: a simpler version for 9- and 10-year-old children and a more detailed version for those aged 11 to 17 years.

The survey sought to understand everyday online and offline situations of the respondents. The first dimension of the problem was addressed indirectly, by applying an open-ended questionnaire: the children responded to a question about what type of Internet content they believed could bother, annoy or upset children their age.

A great variety of answers were presented, however, similarly to 2013, bullying continued to lead as the most mentioned topic (36%).<sup>5</sup> Answers such as “threats” and “telling lies about me” were coded as bullying, among others. Pornographic contents, such as sex videos or images, were listed by 17% of children. “Images of violence” and “mistreatment of people” was classified as content containing real violence, cited by 11% of children as something that bothers them. Content considered inappropriate for their age (8%) and content with fictional terror (7%), among others, were also mentioned as situations capable of bothering children.

Considering actual experiences lived by young people, 27% report having been offended or upset by someone in the last 12 months, 15% of which affirmed this happened on the Internet.

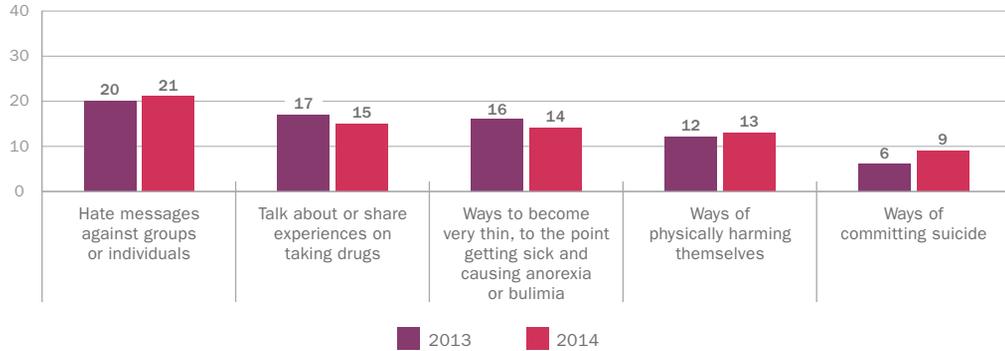
The percentage of children who had contact with a stranger on the Internet was also significant, 29%. Furthermore, 13% stated that they had personally met up with someone they first met online – an indicator that was more prevalent among 15- to 17-year-olds (19%) (Chart 13).

---

<sup>5</sup> Results obtained through the encoding of open answers.

CHART 13  
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF SITUATIONS EXPERIENCED AS A RESULT OF INTERNET USE IN THE LAST 12 MONTHS (2013 - 2014)

Percentage of the total number of Internet users 11 to 17 years old

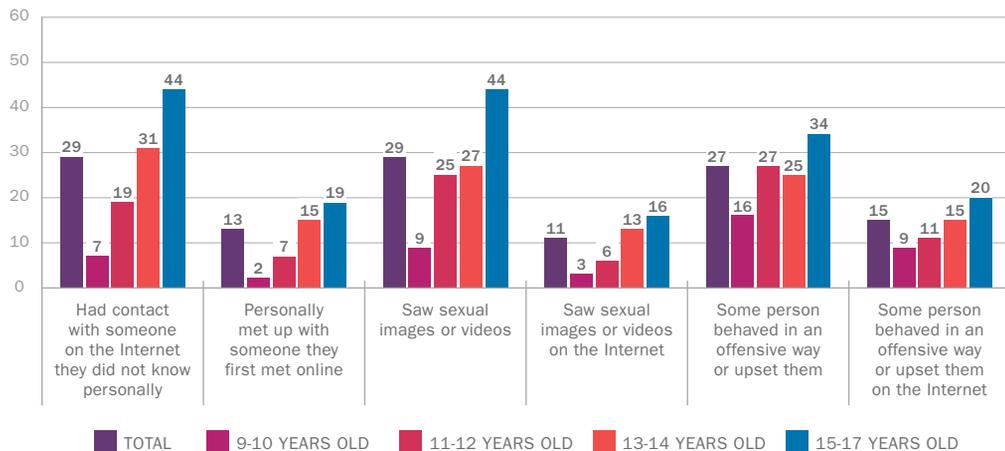


Young Internet users between the ages of 11 and 17 also report being exposed to inappropriate content. Of these respondents, 21% had been exposed to hate messages against individuals or groups of people, while 15% talked about or shared experiences about drug use.

Of the total number of respondents, 14% had accessed websites that talked about ways to become very thin, to the point of becoming ill. This indicator was sensitive to sex differences, given that a higher percentage of girls (21%) were exposed to this type of content on the Internet.

CHART 14  
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF CONTENT ENCOUNTERED ON WEBSITES IN THE LAST 12 MONTHS, BY AGE GROUP (2014)

Percentage of the total number of Internet users 11 and 17 years old



There is also growing concern regarding the effect of the intensive use of mobile devices on the health of children (SIGMAN, 2011), especially in terms of excessive Internet use. The survey also investigated the possibility of children changing their habits due to exposure to the Internet. Among children between 11 and 17 years old, 24% said they had tried spending less time on the Internet and were not successful, while 20% reported spending less time than they should with family and friends because of the Internet, and another 19% disclosed feeling bad when they could not access the Internet (Chart 14).

In general, despite the methodological challenge of exploring such sensitive themes, the ICT Kids Online Brazil survey indicates that risk factors are present in the everyday lives of young Internet users in some form and are increasingly more present as the frequency and privacy of use increase. In this sense, it is also important to understand what type of mediation these children receive in order to understand the role of schools, families and other social players in this context.

## MEDIATION BY PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

Children perceive media messages according to the mediation established in their family, social, school and peer groups (BELLONI; GOMES, 2008). In light of this context, in addition to tracing profiles of young Internet users, the ICT Kids Online Brazil 2014 also assessed Internet use by parents or legal guardians.<sup>6</sup>

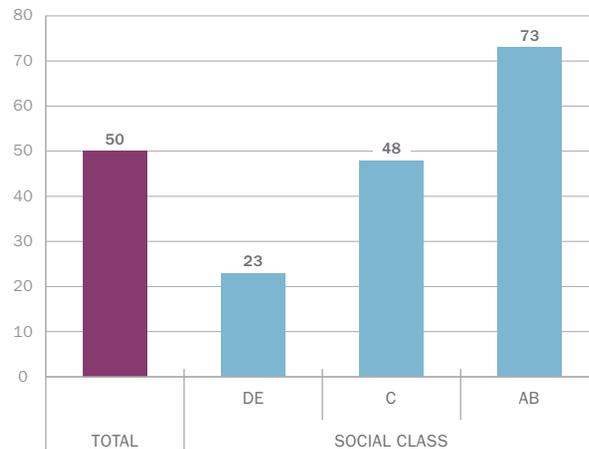
In 2014, only 50% of parents or legal guardians were Internet users,<sup>7</sup> with significant differences among socioeconomic classes. The Internet was accessed in the three months prior to the interview by 73% of parents or legal guardians from class AB, whereas this percentage is 48% in class C and only 23% in class D (Chart 15).

---

<sup>6</sup> The survey only investigated one of the children's parents or legal guardians. We primarily chose to interview the person who plays a key role in raising the child and could best describe the relationship of the child with the Internet.

<sup>7</sup> According to the definition adopted by the International Telecommunication Union (ITU), Internet users are considered in this survey as those individuals who used the web at least once in the three months preceding the survey (ITU, 2014).

CHART 15  
PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS USED  
THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS, BY SOCIAL CLASS (2014)  
Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old



Regarding the location of Internet access, there was an increase in the percentage of parents or legal guardians who reported using the Internet on the move: 18% in 2013 and 32% in 2014. Nonetheless, parents or legal guardians still mentioned the household as the location from where they most use the Internet (92%).

In 2013, the ICT Kids Online Brazil looked further into the factors that affect parental mediation strategies for safe Internet use. The results of the exploratory study (CGI.br, 2014) suggest that Internet use by parents and legal guardians is an important factor that influences the mediation strategies employed. Logistic regression demonstrated that Internet use by parents or legal guardians<sup>8</sup> increases ninefold the likelihood that some mediation will be employed as compared to parents or legal guardians who are non-users. Therefore, the results indicate that for parents who are not Internet users, mediating the access of their children is still a challenge that warrants attention on public policy agendas.

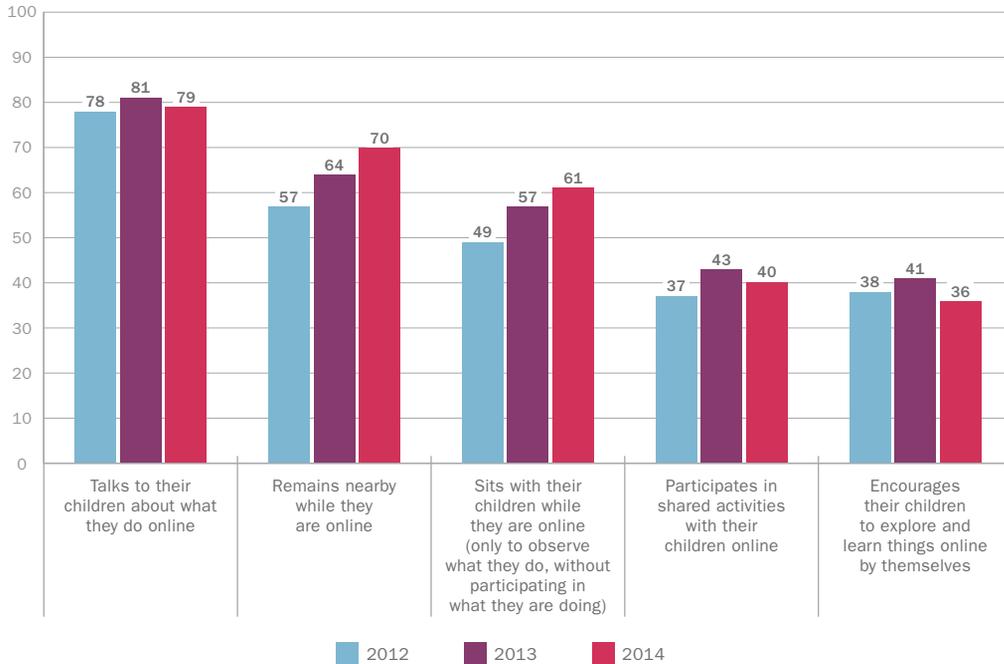
In Brazil, among the most mentioned strategies, active mediation stands out – strategy in which parents or legal guardians talk to their children or those in their care about the content found on the web, do activities with them and are physically present during their time online: 79% reported talking to their children about what they do online (Chart 16). This percentage ranges according to the respondents' social class: While 89% of parents and legal guardians from class AB report they talk to their children about what they do online, this percentage is 78% in class C and 67% in class DE. A significant portion reported that they remain nearby while their children are online (70%), while 40% report participating in shared activities with their child online.

<sup>8</sup> Considering parents or legal guardians who are Internet users, i.e., individuals who used the Internet at least once in the three months preceding the survey.

CHART 16

## PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT (2012-2014)

Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old

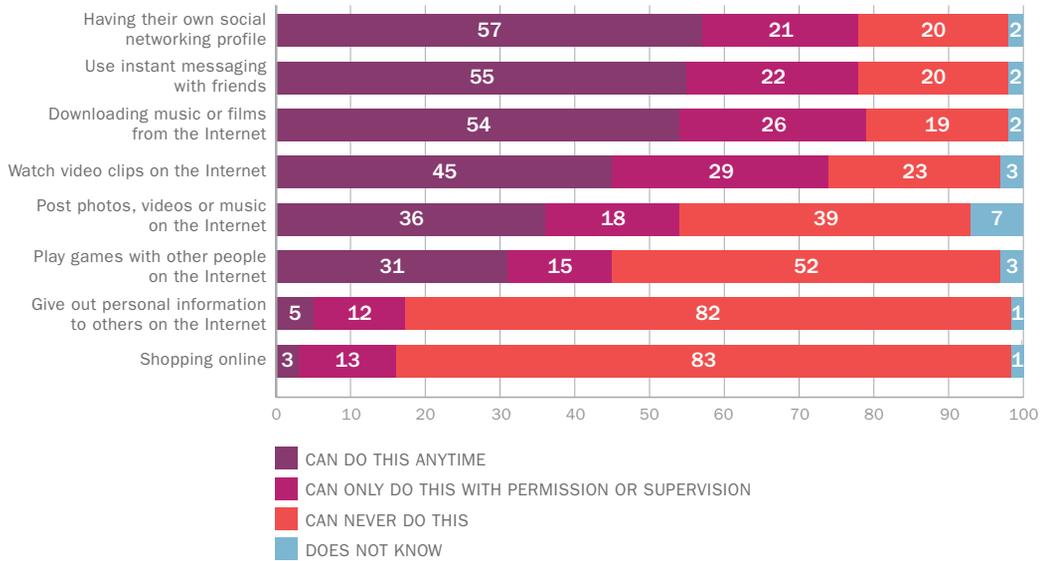


Among the types of mediation investigated in the survey, the most common is giving their children instructions on how to use the Internet safely, reaching 81% in 2014, whereas in 2013, this percentage was 69%. In second place is talking to their children about how to behave with other people on the Internet (77%). Another 76% talk to their children about why the content from some websites is good and others bad, while 62% tell them what they should do if something bothered or scared them on the Internet.

Over half of the respondents (59%) believe their children use the Internet safely. When asked about what entails safe use, three main points were discussed: not talking to strangers (22%), not accessing websites considered inappropriate for their age (20%) and not accessing the Internet without supervision (15%).

The results also showed that 41% of parents or legal guardians impose upon their children some sort of restriction regarding having their own social networking profile; 82% do not allow their children to give personal information to others on the web; while another 39% do not allow their children to post photos, videos or music on the Internet (Chart 17).

CHART 17  
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PERMISSION RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT (2014)  
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



As far as monitoring online activities, 59% of parents and legal guardians report they check the profile of their children on social networking websites and only 38% check e-mails or instant messages. Furthermore, 27% use resources to block or filter certain types of websites, and the same percentage report using resources to check the history or record of websites visited. A low percentage of parents believe their children have gone through an unpleasant or bothersome situation on the Internet: only 11% believe this has happened in the 12 months prior to the survey and another 68% report their children have little or no probability of going through such a situation in the next 6 months.

Among the sources of information on safe Internet use, half of the parents or legal guardians report television, newspapers or magazines, 42% obtain information from relatives or friends and only 27% obtain information from schools, 59% of which would like to obtain more information about safe Internet use.

## FINAL REMARKS: AGENDA FOR PUBLIC POLICIES

In its third edition, the ICT Kids Online Brazil 2014 survey offers important input for academics, the government and society as a whole to structure public policies aimed at promoting and protecting the rights of children on the Internet.

Over the last few years, the growth of Internet use via mobile devices stands out as one of the most important aspects to be considered by public policies. As they lend themselves to more individual use, such devices present a more complex challenge for parental mediation strategies, in addition to facilitating access to significant segments of the population.

Another highlight for public policies is the reduced use of the Internet by children at school. According to the results of this survey, only 38% use the Internet at school, being that this location has great potential to incentivize children to take advantage of the information opportunities provided by the Internet. Furthermore, one of the main activities carried out by children is related to doing research for schoolwork.

With regards to consumption, the results show that children are exposed to publicity and advertising on the online universe. The industry has invested in marketing communication to children with increasing sophistication, as is the case of marketing through online games, which makes it difficult for the government to create regulatory measures.

Parental mediation is another point that deserves attention, especially when considering that 50% of parents are Internet users. Even though they report being willing to employ active mediation strategies, the survey shows that parents and legal guardians feel the need to obtain more information about safe Internet use and information that can help them deal with the possible risks to which their children are exposed.

## REFERENCES

BELLONI, M. L.; GOMES, N.G. *Infância, mídias e aprendizagem: Autodidaxia e colaboração*. Campinas. Educação & Sociedade, Campinas, v. 29, n. 104, p. 717-746, 2008.

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *ICT Households Indicators: 2013-2014*. São Paulo: CGI.br, 2015. Coord. Alexandre F. Barbosa. Available at: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>. Accessed on: Jun 17, 2015.

\_\_\_\_\_. *ICT in Education indicators: 2010-2014*. São Paulo: CGI.br, 2015. Coord. Alexandre F. Barbosa. Available at: <<http://cetic.br/pesquisa/educacao/indicadores>>. Accessed on: 17 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. *Survey on Internet Use By Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014. Available at: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Accessed on: 10 out. 2015.

CORREIA, L. S. B. A mídia, as crianças e a produção de conteúdo cultural. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano*, n. 1, p. 97-108, 2013.

HASEBRINK, U. *Children's changing online experiences in a longitudinal perspective*. In EU Kids Online. Londres: The London School of Economics and Political Science, 2014. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/60083/>>. Accessed on: 10 out. 2015.

HELSPER, E. J.; KALMUS, V.; HASEBRINK, U.; SÁGVÁRI, .; DE HAAN, J. *Country classification: opportunities, risks, harm and parental mediation*. In EU Kids Online. Londres: The London School of Economics and Political Science, 2013.

HENRIQUES, I.; TOLEDO, R. G. *Complementarity among children's TV channels, websites and profiles on social networks: a new marketing communication strategy aimed at children*. In BRAZILIAN INTERNET

STEERING COMMITTEE – CGI.br. Survey on the Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: the role of online skills and internet self-efficacy. *New Media and Society*, v. 12, n. 2, p. 309-329, 2010.

MASCHERONI, G.; CUMAN, A. *Net Children Go Mobile*: Final Report. Deliverables D6.4 & D5.2. Milano: Educatt, 2014.

ÓLAFSSON, K.; LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. *Children's Use of Online Technologies in Europe – A review of the European evidence base*. In EU Kids Online. Londres: The London School of Economics and Political Science, 2014.

SAMPAIO, I. S. V. *Infância & Consumo: estudos no campo da comunicação*. Brasília: ANDI e Instituto Alana, 2009. p. 9-21.

SIGMAM, A. *The Impact Of Screen Media On Children: A Eurovision For Parliament*. Available at: <[http://www.yesnet.yk.ca/staffroom/selfreg/uk\\_screen\\_time.pdf](http://www.yesnet.yk.ca/staffroom/selfreg/uk_screen_time.pdf)>. Accessed on: Jun 17, 2015.

SOZIO, M.E.; PONTE, C.; SAMPAIO, I.; SENNE, F.; ÓLAFSSON, K.; ALVES, S.J.; GARROUX, C. Children and Internet use: A comparative analysis of Brazil and seven European countries. *Eu Kids Online*, ISSN 2045-256X, July 2015. Available at: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/5/Children%20and%20Internet%20use.pdf>>. Accessed on: Oct 10, 2015.

VINCENT, J. *Mobile opportunities: exploring positive mobile opportunities for European children*. Londres: The London School of Economics and Political Science and POLIS (Journalism and Society), 2015.



# TABELAS DE RESULTADOS

INDICADORES SELECIONADOS  
PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES  
E PAIS OU RESPONSÁVEIS

# *TABLES OF RESULTS*

*SELECTED INDICATORS FOR CHILDREN  
AND PARENTS OR LEGAL GUARDIANS*



CONTINUA/ CONTINUES ►

## A1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Celular Mobile phone	Computador de mesa Desktop computer	Computador portátil Portable computer
<b>TOTAL</b>		<b>82</b>	<b>56</b>	<b>36</b>
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	85	58	38
	Sul South	76	51	58
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	81	60	31
	Nordeste Northeast	78	54	25
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	81	55	30
	Masculino / Male	82	58	42
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	83	50	30
	Fundamental II Elementary II	79	65	30
	Médio ou mais Secondary or more	81	61	47
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	49	70	31
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	77	64	26
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	89	51	48
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	94	49	32
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	77	57	24
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	80	54	28
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	78	70	33
	Mais de 3 SM More than 3 MW	89	48	59
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	84	67	45
	C	81	53	35
	DE	79	51	25

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**A1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Tablet Tablet	Videogame Game Console	Televisão Television set
<b>TOTAL</b>		<b>32</b>	<b>12</b>	<b>5</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	42	14	5
	<b>Sul</b> South	28	12	5
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	22	13	8
	<b>Nordeste</b> Northeast	26	7	2
<b>SEXO DA CRIANÇA</b> OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	29	5	4
	<b>Masculino / Male</b>	36	18	6
<b>ESCOLARIDADE</b> DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	30	8	4
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	33	11	6
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	36	18	7
<b>FAIXA ETÁRIA</b> DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	43	9	6
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	33	10	6
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	37	10	4
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	23	15	4
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	19	8	2
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	32	9	4
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	31	11	6
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	49	18	8
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	32	19	8
	<b>C</b>	37	9	5
	<b>DE</b>	18	9	2

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**A1B** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONEXÃO PARA ACESSO À INTERNET VIA CELULAR  
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INTERNET CONNECTION VIA MOBILE PHONE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE USAM CELULAR PARA ACESSAR A INTERNET<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO USE MOBILE PHONE TO ACCESS THE INTERNET<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		WiFi/sem fio Wi-Fi	Créditos, pacote do celular, 3G, 4G Mobile credit, web package, 3G, 4G
<b>TOTAL</b>		<b>72</b>	<b>64</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	83	52
	<b>Sul</b> South	81	67
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	63	73
	<b>Nordeste</b> Northeast	53	80
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	67	75
	<b>Masculino / Male</b>	77	53
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	70	63
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	65	68
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	77	65
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	80	44
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	71	56
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	76	58
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	66	80
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	56	77
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	66	76
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	75	56
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	83	48
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	83	58
	<b>C</b>	72	63
	<b>DE</b>	50	79

<sup>1</sup> Base: 1.714 usuários de Internet de 9 a 17 anos que usam celular para acessar a Internet. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,714 Internet users from 9 to 17 years old who use mobile phone to access the Internet. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**A2** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET  
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sala da casa ou outro espaço coletivo da casa <i>Living room or other public room at home</i>	Seu quarto ou outro quarto privado da casa <i>Child's own bedroom or other private room at home</i>	Casa de parentes <i>Relatives' home</i>	Casa de amigos <i>Friends' home</i>	Em deslocamento <i>On the move</i>
<b>TOTAL</b>		81	73	60	54	49
<b>REGIÃO</b> <i>REGION</i>	<b>Sudeste</b> <i>Southeast</i>	83	67	68	49	56
	<b>Sul</b> <i>South</i>	82	85	71	75	46
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> <i>Center-West and North</i>	79	78	57	53	40
	<b>Nordeste</b> <i>Northeast</i>	79	73	42	55	46
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>SEX OF CHILD</i>	<b>Feminino / Female</b>	81	77	58	58	50
	<b>Masculino / Male</b>	81	68	61	50	49
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	<b>Até Fundamental I</b> <i>Up to Elementary I</i>	80	63	58	47	53
	<b>Fundamental II</b> <i>Elementary II</i>	77	81	56	57	40
	<b>Médio ou mais</b> <i>Secondary or more</i>	86	82	64	63	50
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	<b>De 9 a 10 anos</b> <i>9 to 10 years old</i>	66	63	55	36	11
	<b>De 11 a 12 anos</b> <i>11 to 12 years old</i>	78	73	63	52	39
	<b>De 13 a 14 anos</b> <i>13 to 14 years old</i>	84	61	61	51	56
	<b>De 15 a 17 anos</b> <i>15 to 17 years old</i>	88	89	58	68	69
<b>RENDA FAMILIAR</b> <i>FAMILY INCOME</i>	<b>Até 1 SM</b> <i>Up to 1 MW</i>	71	71	50	51	42
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	79	79	55	56	50
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	80	73	55	57	39
	<b>Mais de 3 SM</b> <i>More than 3 MW</i>	90	66	75	49	62
<b>CLASSE SOCIAL</b> <i>SOCIAL CLASS</i>	<b>AB</b>	87	80	66	60	48
	<b>C</b>	81	72	61	53	51
	<b>DE</b>	72	64	44	50	46

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>2</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**A2** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET  
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Escola School	Lanhouse ou cybercafé LAN house or cybercafé	Biblioteca pública, telecentro ou outro local público Public library, Telecenter or other public place	Outros Other
<b>TOTAL</b>		<b>38</b>	<b>22</b>	<b>17</b>	<b>4</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	33	18	14	4
	<b>Sul</b> South	57	15	25	2
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	42	25	23	6
	<b>Nordeste</b> Northeast	34	31	14	3
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	42	21	20	5
	<b>Masculino / Male</b>	33	23	14	3
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	37	26	15	3
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	39	26	16	5
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	38	14	20	4
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	37	14	9	2
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	25	31	14	1
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	36	23	20	3
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	48	19	20	7
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	39	31	16	5
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	42	23	15	4
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	33	22	14	3
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	32	13	14	3
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	37	15	20	3
	<b>C</b>	38	21	16	4
	<b>DE</b>	36	35	15	4

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**A4** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET  
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Mais de uma vez por dia More than once a day	Pelo menos uma vez por dia At least once a day	Pelo menos uma vez por semana At least once a week	Pelo menos uma vez por mês At least once a month	Menos de uma vez por mês Less than once a month	Não sabe Does not know
<b>TOTAL</b>		21	60	13	4	2	0
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	19	67	11	3	1	0
	<b>Sul</b> South	10	80	6	2	0	1
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	27	50	14	5	3	0
	<b>Nordeste</b> Northeast	25	46	18	8	2	0
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	20	59	13	6	2	0
	<b>Masculino / Male</b>	22	61	12	3	1	0
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	21	58	12	6	2	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	22	58	14	4	1	1
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	21	64	12	2	1	0
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	26	38	26	6	4	0
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	26	52	16	3	2	0
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	19	67	7	6	1	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	17	70	9	3	1	1
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	21	51	15	11	2	0
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	23	53	18	5	2	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	30	53	14	1	3	0
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	12	80	6	1	1	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	21	71	5	2	1	0
	<b>C</b>	20	62	13	3	1	0
	<b>DE</b>	25	37	21	12	4	1

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>2</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA/CONTINUES ►

**B1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS  
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH  
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Entrou/ acessou uma rede social Visited/accessed a social network	Usou a Internet para trabalho escolar Used the Internet for school work	Pesquisou coisas na Internet Looked up information on the Internet	Usou mensagens instantâneas para conversar com amigos Used instant messaging to talk with friends
<b>TOTAL</b>		<b>73</b>	<b>68</b>	<b>67</b>	<b>64</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	78	69	73	66
	<b>Sul</b> South	87	85	82	78
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	56	63	58	60
	<b>Nordeste</b> Northeast	69	64	56	58
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	73	74	65	65
	<b>Masculino / Male</b>	73	62	68	64
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	72	61	66	62
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	73	75	68	61
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	75	74	68	70
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	38	53	52	37
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	64	70	54	52
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	83	63	76	69
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	87	79	73	82
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	66	67	58	53
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	64	64	57	61
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	77	76	70	65
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	85	63	81	77
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	81	79	77	69
	<b>C</b>	73	66	67	67
	<b>DE</b>	60	59	51	49

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

## B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS

### PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)	Ouviu música na Internet <i>Listened to music on the Internet</i>	Assistiu a vídeos, por exemplo, no YouTube <i>Watched video clips, on YouTube</i>	Colocou ou postou fotos, vídeos ou músicas em redes sociais ou em mensagens instantâneas <i>Posted photos, videos or music in social networks or instant messaging</i>	Jogou sozinho na Internet <i>Played games alone on the Internet</i>	
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>48</b>	<b>43</b>	<b>42</b>	
<b>REGIÃO</b> <i>REGION</i>	<b>Sudeste</b> <i>Southeast</i>	56	57	47	43
	<b>Sul</b> <i>South</i>	69	69	55	42
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> <i>Center-West and North</i>	39	35	39	45
	<b>Nordeste</b> <i>Northeast</i>	39	32	33	37
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>SEX OF CHILD</i>	<b>Feminino / Female</b>	46	42	44	37
	<b>Masculino / Male</b>	55	54	41	46
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	<b>Até Fundamental I</b> <i>Up to Elementary I</i>	50	45	44	38
	<b>Fundamental II</b> <i>Elementary II</i>	46	47	32	40
	<b>Médio ou mais</b> <i>Secondary or more</i>	53	52	47	47
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	<b>De 9 a 10 anos</b> <i>9 to 10 years old</i>	34	37	14	67
	<b>De 11 a 12 anos</b> <i>11 to 12 years old</i>	47	43	28	60
	<b>De 13 a 14 anos</b> <i>13 to 14 years old</i>	61	59	54	33
	<b>De 15 a 17 anos</b> <i>15 to 17 years old</i>	50	44	55	25
<b>RENDA FAMILIAR</b> <i>FAMILY INCOME</i>	<b>Até 1 SM</b> <i>Up to 1 MW</i>	45	34	29	39
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	46	41	38	42
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	37	56	38	50
	<b>Mais de 3 SM</b> <i>More than 3 MW</i>	66	64	60	39
<b>CLASSE SOCIAL</b> <i>SOCIAL CLASS</i>	<b>AB</b>	51	62	48	54
	<b>C</b>	54	47	44	38
	<b>DE</b>	38	29	30	35

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>2</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

**B1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS  
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH  
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Baixou aplicativos gratuitos ou sem pagar Downloaded applications for free or without paying	Baixou músicas ou filmes Downloaded music or films	Enviou/recebeu e-mails Sent/received e-mail	Leu/assistiu às notícias na Internet Read or watched the news on the Internet
<b>TOTAL</b>		<b>41</b>	<b>35</b>	<b>33</b>	<b>32</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	50	32	37	32
	<b>Sul</b> South	39	50	34	38
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	34	34	27	30
	<b>Nordeste</b> Northeast	32	33	31	33
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	36	36	27	36
	<b>Masculino / Male</b>	47	33	40	28
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	43	31	36	33
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	38	34	36	36
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	41	41	27	30
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	25	13	11	20
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	33	18	26	32
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	47	40	40	26
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	48	52	42	45
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	33	35	31	32
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	37	33	27	33
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	38	33	33	35
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	51	32	45	25
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	36	39	28	29
	<b>C</b>	47	34	37	36
	<b>DE</b>	28	32	26	24

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

## B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS

PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Criou um personagem, ou um bicho de estimação Created a character or a pet	Assistiu a programas de TV e filmes online Watched TV shows and movies online	Jogou games/jogos com outras pessoas na Internet Played games with other people on the Internet	Postou o lugar onde estava ou fez check-in Posted location or checked-in
<b>TOTAL</b>		<b>31</b>	<b>31</b>	<b>26</b>	<b>25</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	36	38	26	22
	<b>Sul</b> South	32	51	31	41
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	30	21	25	20
	<b>Nordeste</b> Northeast	23	19	25	25
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	29	36	15	30
	<b>Masculino / Male</b>	33	26	38	20
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	35	26	21	25
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	26	34	25	23
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	28	38	34	26
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	38	36	37	8
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	37	29	29	19
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	36	34	19	25
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	19	28	25	37
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	25	21	24	22
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	34	29	22	23
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	29	35	32	22
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	38	35	29	26
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	23	47	34	28
	<b>C</b>	34	29	23	25
	<b>DE</b>	31	17	23	20

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

**B1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS  
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH  
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Procurou mapas <i>Looked up maps</i>	Usou sites de transferência de arquivos ou de downloads <i>Used file-sharing or download site</i>	Ficou um tempo em um mundo virtual <i>Spent time in a virtual world</i>	Colocou ou postou uma mensagem numa página na Internet ou escreveu em um blog ou diário on-line <i>Posted a message on a page on the Internet or wrote a blog or online diary</i>	Leu um livro eletrônico ou e-book <i>Read an e-book</i>
<b>TOTAL</b>		<b>19</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>11</b>
<b>REGIÃO</b> <i>REGION</i>	<b>Sudeste</b> <i>Southeast</i>	22	17	16	10	13
	<b>Sul</b> <i>South</i>	25	34	14	31	8
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> <i>Center-West and North</i>	16	7	13	14	10
	<b>Nordeste</b> <i>Northeast</i>	15	8	9	8	8
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>SEX OF CHILD</i>	<b>Feminino / Female</b>	17	15	8	15	14
	<b>Masculino / Male</b>	22	15	19	10	8
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	<b>Até Fundamental I</b> <i>Up to Elementary I</i>	18	12	11	8	11
	<b>Fundamental II</b> <i>Elementary II</i>	22	11	13	12	12
	<b>Médio ou mais</b> <i>Secondary or more</i>	20	21	18	19	10
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	<b>De 9 a 10 anos</b> <i>9 to 10 years old</i>	13	5	18	5	6
	<b>De 11 a 12 anos</b> <i>11 to 12 years old</i>	15	10	23	11	9
	<b>De 13 a 14 anos</b> <i>13 to 14 years old</i>	22	22	10	15	8
	<b>De 15 a 17 anos</b> <i>15 to 17 years old</i>	22	16	8	15	17
<b>RENDA FAMILIAR</b> <i>FAMILY INCOME</i>	<b>Até 1 SM</b> <i>Up to 1 MW</i>	19	7	9	10	7
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	20	10	14	11	12
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	24	22	15	11	8
	<b>Mais de 3 SM</b> <i>More than 3 MW</i>	15	22	17	18	8
<b>CLASSE SOCIAL</b> <i>SOCIAL CLASS</i>	<b>AB</b>	24	36	22	20	10
	<b>C</b>	19	9	12	10	12
	<b>DE</b>	13	5	7	9	7

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

## B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS

PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH  
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Entrou em salas de bate-papo Visited a chatroom	Fez ou recebeu ligações telefônicas ou chamadas de vídeo na Internet Made or received telephone calls or video calls on the Internet	Usou uma webcam Used a webcam	Pagou por downloads de aplicativos Paid to download applications	Comprou coisas pela Internet Bought things through the Internet
<b>TOTAL</b>		9	9	7	5	4
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	10	7	7	7	2
	<b>Sul</b> South	8	17	11	4	20
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	8	11	4	2	2
	<b>Nordeste</b> Northeast	10	6	6	3	2
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	9	8	5	6	4
	<b>Masculino / Male</b>	10	10	8	3	4
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	11	7	5	6	2
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	9	10	10	4	3
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	7	12	7	3	8
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	3	7	6	2	1
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	11	8	8	3	2
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	9	7	6	3	8
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	12	12	7	10	4
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	11	7	7	3	2
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	13	10	7	4	1
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	9	11	7	2	3
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	5	8	5	2	10
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	7	11	8	3	12
	<b>C</b>	10	10	7	6	2
	<b>DE</b>	8	4	2	4	1

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**C1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL PRÓPRIO EM REDES SOCIAIS  
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON SOCIAL NETWORKING SITES  
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know
<b>TOTAL</b>		<b>79</b>	<b>21</b>	<b>0</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	85	15	0
	<b>Sul</b> South	91	9	1
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	64	36	0
	<b>Nordeste</b> Northeast	74	26	0
<b>SEXO DA CRIANÇA</b> OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	78	22	0
	<b>Masculino / Male</b>	80	20	0
<b>ESCOLARIDADE</b> DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	78	22	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	80	20	0
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	79	20	0
<b>FAIXA ETÁRIA</b> DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	43	57	0
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	68	32	0
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	88	12	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	95	5	0
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	76	24	0
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	69	31	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	83	17	0
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	89	11	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	85	15	0
	<b>C</b>	80	20	0
	<b>DE</b>	69	31	0

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

**C3A** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PRINCIPAL REDE SOCIAL UTILIZADA  
PROPORTION OF CHILDREN BY MAIN SOCIAL NETWORKING SITE USEDPERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Facebook	Instagram	Twitter	Outra Other	Nenhuma/ Não usa redes sociais None/Does not use social networking sites
<b>TOTAL</b>		<b>69</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>21</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	77	1	2	4	15
	<b>Sul</b> South	59	20	2	9	9
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	53	7	0	4	36
	<b>Nordeste</b> Northeast	70	2	0	1	26
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	68	7	1	2	22
	<b>Masculino / Male</b>	71	2	2	6	20
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	72	2	1	4	22
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	72	3	0	4	20
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	63	10	3	3	20
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	39	0	1	2	57
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	57	4	0	6	32
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	77	9	1	1	12
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	84	3	3	6	5
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	70	2	0	3	24
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	63	2	1	3	31
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	76	2	0	5	17
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	67	12	4	5	11
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	61	13	4	6	15
	<b>C</b>	73	2	1	3	20
	<b>DE</b>	66	1	0	2	31

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA/CONTINUES ►

## C4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM NO SEU PERFIL DA REDE SOCIAL

PROPORTION OF CHILDREN BY NUMBER OF CONTACTS ON SOCIAL NETWORKING PROFILE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE POSSUEM O PRÓPRIO PERFIL EM UMA REDE SOCIAL<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Até 10 Up to 10	De 11 a 50 11 to 50	De 51 a 100 51 to 100	De 101 a 300 101 to 300	De 301 a 400 301 to 400	De 401 a 500 401 to 500
<b>TOTAL</b>		3	18	11	22	8	6
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	3	26	11	18	3	5
	<b>Sul</b> South	3	10	7	25	26	3
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	3	11	11	25	11	6
	<b>Nordeste</b> Northeast	5	11	13	25	8	12
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	3	8	13	21	11	7
	<b>Masculino / Male</b>	4	29	9	22	5	6
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	3	25	15	18	7	5
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	2	9	8	33	6	11
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	5	13	7	21	12	6
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	10	41	12	32	0	1
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	4	25	14	31	5	3
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	1	23	14	19	11	7
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	4	6	7	18	9	9
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	5	14	14	25	8	8
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	3	8	9	27	9	5
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	2	14	20	25	3	11
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	4	35	6	14	12	4
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	6	11	16	23	12	4
	<b>C</b>	2	22	8	21	6	8
	<b>DE</b>	5	17	16	24	12	3

<sup>1</sup> Base: 1.639 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem o próprio perfil em uma rede social. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,639 Internet users from 9 to 17 years old who have their own social networking profile. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**C4** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM NO SEU PERFIL DA REDE SOCIAL

## PROPORTION OF CHILDREN BY NUMBER OF CONTACTS ON SOCIAL NETWORKING PROFILE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE POSSUEM O PRÓPRIO PERFIL EM UMA REDE SOCIAL<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		De 501 a 1000 501 to 1000	De 1001 a 2000 1001 to 2000	De 2001 a 3000 2001 to 3000	De 3001 a 4000 3001 to 4000	Mais de 4000 More than 4000	Não sabe / Não lembra Does not know / Cannot remember
<b>TOTAL</b>		<b>14</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>REGIÃO REGION</b>	<b>Sudeste</b> Southeast	17	7	2	1	2	3
	<b>Sul</b> South	11	8	5	1	0	0
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	11	9	1	1	6	3
	<b>Nordeste</b> Northeast	11	10	2	2	2	1
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD</b>	<b>Feminino / Female</b>	18	7	4	2	3	3
	<b>Masculino / Male</b>	10	10	1	1	1	1
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</b>	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	15	5	2	1	3	1
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	12	8	3	2	1	4
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	14	13	3	1	2	3
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD</b>	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	1	0	0	0	0	2
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	13	1	1	0	0	1
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	9	10	3	0	1	2
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	22	12	3	3	5	3
<b>RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME</b>	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	12	5	1	1	2	4
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	12	13	4	1	6	2
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	12	10	2	1	1	1
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	13	7	2	2	1	1
<b>CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS</b>	<b>AB</b>	12	10	4	0	0	1
	<b>C</b>	17	7	2	2	3	3
	<b>DE</b>	7	10	2	1	2	1

<sup>1</sup> Base: 1.639 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem o próprio perfil em uma rede social. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.<sup>1</sup> Base: 1,639 Internet users from 9 to 17 years old who have their own social networking profile. Data collected between October 2014 and February 2015.

## C5 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONFIGURAÇÃO DE PRIVACIDADE NO PERFIL DA REDE SOCIAL

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRIVACY SETTINGS ON THE SOCIAL NETWORKING PROFILE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE POSSUEM O PRÓPRIO PERFIL EM UMA REDE SOCIAL<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		De um jeito que todo mundo consiga ver/ Público Public, so that everyone can see	De um jeito que apenas seus amigos consigam ver/ Privado Private, so that only friends can see	De um jeito que os amigos dos amigos ou suas redes consigam ver/ Parcialmente privado Partially private, so that friends of friends or their networks can see	Não sabe Does not know
<b>TOTAL</b>		<b>52</b>	<b>31</b>	<b>12</b>	<b>5</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	59	26	8	7
	<b>Sul</b> South	39	33	26	2
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	50	35	10	5
	<b>Nordeste</b> Northeast	47	35	15	3
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	41	36	17	6
	<b>Masculino / Male</b>	63	25	8	4
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	60	26	8	5
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	47	33	12	7
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	43	35	18	4
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	35	35	8	22
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	48	30	9	12
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	62	21	16	1
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	48	39	11	1
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	51	31	15	3
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	53	29	13	5
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	49	33	9	10
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	60	22	14	3
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	55	27	16	3
	<b>C</b>	51	33	10	6
	<b>DE</b>	52	27	14	7

<sup>1</sup> Base: 1.639 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem o próprio perfil em uma rede social. Respostas estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,639 Internet users from 9 to 17 years old who have their own social networking profile. Stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**C6** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO PERFIL DA REDE SOCIAL  
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION SHARED THROUGH THE SOCIAL NETWORKING PROFILE  
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE POSSUEM O PRÓPRIO PERFIL EM UMA REDE SOCIAL<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Uma foto que mostra claramente seu rosto Photo that clearly shows the face	Seu sobrenome Last name	Sua escola School	Sua idade correta Correct age
<b>TOTAL</b>		<b>90</b>	<b>79</b>	<b>46</b>	<b>45</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	88	79	46	46
	<b>Sul</b> South	91	86	38	44
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	90	81	49	41
	<b>Nordeste</b> Northeast	94	73	49	45
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	91	78	51	41
	<b>Masculino / Male</b>	89	79	42	49
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	87	81	44	56
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	93	78	49	35
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	93	75	48	34
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	88	58	30	21
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	84	74	44	25
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	87	84	37	55
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	96	81	60	50
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	92	76	52	41
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	91	76	50	47
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	85	81	48	36
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	91	79	32	58
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	81	76	40	45
	<b>C</b>	94	81	47	44
	<b>DE</b>	90	74	56	48

<sup>1</sup> Base: 1.639 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem o próprio perfil na rede social de maior uso. Respostas múltiplas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,639 Internet users from 9 to 17 years old who have their own profile on main social networking site. Multiple answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

## C6 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO PERFIL DA REDE SOCIAL

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION SHARED THROUGH THE SOCIAL NETWORKING PROFILE PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE POSSUEM O PRÓPRIO PERFIL EM UMA REDE SOCIAL<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Uma idade que não é a sua idade verdadeira An age that is not the real one	Seu número de telefone Phone Number	Seu endereço Address	Nenhuma dessas alternativas None of these
<b>TOTAL</b>		<b>32</b>	<b>30</b>	<b>17</b>	<b>0</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	34	33	16	0
	<b>Sul</b> South	32	15	9	0
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	34	37	19	0
	<b>Nordeste</b> Northeast	28	26	23	0
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	32	22	16	0
	<b>Masculino / Male</b>	33	38	19	0
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	30	35	18	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	23	27	17	0
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	41	23	16	0
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	40	15	22	1
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	53	21	19	0
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	24	36	12	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	28	31	20	0
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	33	27	22	0
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	31	34	22	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	32	23	17	0
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	27	36	10	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	35	19	12	0
	<b>C</b>	31	33	16	0
	<b>DE</b>	32	34	28	0

<sup>1</sup> Base: 1.639 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem o próprio perfil na rede social de maior uso. Respostas múltiplas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,639 Internet users from 9 to 17 years old who have their own profile on main social networking site. Multiple answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**D1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES EM RELAÇÃO AO USO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY PERCEPTION REGARDING THEIR INTERNET SKILLS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)	Sabe mais sobre a Internet do que seus pais Knows more about the Internet than their parents				
	Verdadeira Very True	Mais ou menos verdadeira A bit true	Não é verdadeira Not true	Não respondeu Did not answer	
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>18</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	72	18	10	0
	<b>Sul</b> South	80	13	6	1
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	52	25	23	0
	<b>Nordeste</b> Northeast	73	14	13	0
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	64	22	13	0
	<b>Masculino / Male</b>	75	13	12	0
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	75	14	11	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	60	26	14	0
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	66	18	16	0
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	55	24	21	0
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	69	18	13	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	80	13	7	0
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	68	16	16	0
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	67	18	15	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	63	25	12	0
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	78	13	8	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	64	25	11	0
	<b>C</b>	71	15	13	0
	<b>DE</b>	71	15	14	0

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre outubro 2014 e fevereiro 2015.<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

## D1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES EM RELAÇÃO AO USO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY PERCEPTION REGARDING THEIR INTERNET SKILLS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sabe muitas coisas sobre como usar a Internet Knows a lot of things about using the Internet			
		Verdadeira Very True	Mais ou menos verdadeira A bit true	Não é verdadeira Not true	Não respondeu Did not answer
<b>TOTAL</b>		<b>46</b>	<b>44</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	39	53	8	0
	<b>Sul</b> South	63	30	6	1
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	36	51	13	0
	<b>Nordeste</b> Northeast	56	30	14	0
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	47	43	10	0
	<b>Masculino / Male</b>	45	45	10	0
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	42	49	9	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	54	36	10	0
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	49	39	12	0
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	35	52	13	0
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	48	43	9	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	51	39	9	0
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	46	37	17	0
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	47	43	11	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	62	30	8	0
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	36	57	7	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	55	37	7	0
	<b>C</b>	42	49	9	0
	<b>DE</b>	47	36	18	0

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre outubro 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**D1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES EM RELAÇÃO AO USO DA INTERNET

## PROPORTION OF CHILDREN BY PERCEPTION REGARDING THEIR INTERNET SKILLS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)	Há muitas coisas na Internet que são boas para crianças ou adolescentes da mesma idade There are a lot of things on the Internet that are good for children of the same age				
	Verdadeira Very True	Mais ou menos verdadeira A bit true	Não é verdadeira Not true	Não respondeu Did not answer	
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>21</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	77	19	4	0
	<b>Sul</b> South	83	11	5	1
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	65	26	9	0
	<b>Nordeste</b> Northeast	66	25	9	0
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	65	27	7	0
	<b>Masculino / Male</b>	81	14	5	0
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	75	19	6	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	66	27	8	0
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	74	21	5	0
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	71	20	8	0
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	82	12	6	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	65	30	5	0
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	71	20	9	0
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	68	27	5	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	75	17	8	0
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	84	13	2	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	77	18	5	0
	<b>C</b>	73	22	5	0
	<b>DE</b>	69	21	10	0

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre outubro 2014 e fevereiro 2015.<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA/CONTINUES ►

## D2 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES NO USO DA INTERNET PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Baixar aplicativos Download applications	Bloquear as mensagens de uma pessoa Block messages from someone	Encontrar informações sobre como usar a Internet com segurança Find information on how to use the Internet safely	Marcar um site ou adicioná-lo aos favoritos Bookmark a website or adding to favorites
<b>TOTAL</b>		<b>83</b>	<b>64</b>	<b>58</b>	<b>58</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	89	62	63	56
	<b>Sul</b> South	88	83	54	77
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	76	61	56	54
	<b>Nordeste</b> Northeast	76	63	52	55
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	81	76	64	64
	<b>Masculino / Male</b>	86	53	52	52
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	81	58	54	47
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	84	70	66	69
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	87	72	60	70
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	75	49	56	43
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	91	60	47	54
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	92	79	71	72
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	75	58	54	52
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	78	68	59	62
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	85	80	67	64
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	94	53	48	51
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	92	74	67	67
	<b>C</b>	82	63	57	56
	<b>DE</b>	74	56	47	50

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" answer. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

**D2** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES NO USO DA INTERNET  
PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLSPERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Mudar as configurações de privacidade no perfil de rede social Change privacy settings on a social network profile	Deletar o histórico dos sites que visitou Delete the history of websites visited	Bloquear propaganda indesejada ou lixo eletrônico/spams Block unwanted adverts or junk mail/spam
<b>TOTAL</b>		<b>56</b>	<b>50</b>	<b>46</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	53	50	49
	<b>Sul</b> South	75	46	48
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	53	47	46
	<b>Nordeste</b> Northeast	54	55	38
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	64	49	51
	<b>Masculino / Male</b>	48	52	40
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	48	43	41
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	65	64	60
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	65	56	46
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	38	44	36
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	55	39	38
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	69	66	61
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	50	49	34
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	61	52	48
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	68	56	63
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	52	42	36
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	68	53	54
	<b>C</b>	54	50	47
	<b>DE</b>	47	47	30

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro 2014 e fevereiro 2015.<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Each item presented refers only to the results of affirmative – i.e. "yes" answer. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

## D2 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES NO USO DA INTERNET PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Comparar diferentes sites para saber se as informações são verdadeiras <i>Compare different websites to decide if information is true</i>	Desativar a função que mostra onde está <i>Deactivate location-based functions</i>	Mudar as preferências de filtro ou a forma como o navegador de Internet seleciona os sites que pode visitar <i>Change filter preferences or how the computer or Internet browser selects which websites may be visited</i>
<b>TOTAL</b>		<b>46</b>	<b>45</b>	<b>28</b>
<b>REGIÃO</b> <i>REGION</i>	<b>Sudeste</b> <i>Southeast</i>	45	48	32
	<b>Sul</b> <i>South</i>	64	51	27
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> <i>Center-West and North</i>	45	37	23
	<b>Nordeste</b> <i>Northeast</i>	39	43	23
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>SEX OF CHILD</i>	<b>Feminino / Female</b>	52	50	29
	<b>Masculino / Male</b>	38	40	26
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	<b>Até Fundamental I</b> <i>Up to Elementary I</i>	40	39	23
	<b>Fundamental II</b> <i>Elementary II</i>	52	46	34
	<b>Médio ou mais</b> <i>Secondary or more</i>	52	54	32
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	<b>De 11 a 12 anos</b> <i>11 to 12 years old</i>	30	36	20
	<b>De 13 a 14 anos</b> <i>13 to 14 years old</i>	47	47	21
	<b>De 15 a 17 anos</b> <i>15 to 17 years old</i>	55	64	39
<b>RENDA FAMILIAR</b> <i>FAMILY INCOME</i>	<b>Até 1 SM</b> <i>Up to 1 MW</i>	42	39	24
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	40	44	29
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	55	49	26
	<b>Mais de 3 SM</b> <i>More than 3 MW</i>	41	45	23
<b>CLASSE SOCIAL</b> <i>SOCIAL CLASS</i>	<b>AB</b>	61	58	28
	<b>C</b>	42	43	30
	<b>DE</b>	38	34	19

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" answer. Data collected between October 2014 and February 2015.

**D3** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE A EXISTÊNCIA DE COISAS QUE POSSAM INCOMODÁ-LOS NA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY PERCEPTION REGARDING THE PRESENCE OF POTENTIALLY BOTHERSOME CONTENT ON THE INTERNET

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No
	<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>18</b>
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	84	15
	Sul South	85	13
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	83	15
	Nordeste Northeast	71	29
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	81	17
	Masculino / Male	79	19
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	81	17
	Fundamental II Elementary II	76	23
	Médio ou mais Secondary or more	81	17
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	63	33
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	78	20
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	87	12
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	83	16
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	79	20
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	75	24
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	76	22
	Mais de 3 SM More than 3 MW	88	11
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	88	11
	C	78	21
	DE	77	21

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA/CONTINUES ►

## E15 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIGEM DOS CONSELHOS RECEBIDOS SOBRE USO SEGURO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY SOURCE OF ADVICE RECEIVED REGARDING SAFE INTERNET USE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Outro parente Other relative	Professor Teacher	Pessoas que trabalham com jovens ou pessoas ligadas a igreja ou assistente social Youth, church or social worker	Televisão, rádio, jornais Television, radio, newspapers	Bibliotecário/monitor de lanhouse Librarian/LAN house supervisor
<b>TOTAL</b>		<b>48</b>	<b>39</b>	<b>28</b>	<b>26</b>	<b>10</b>
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	52	33	23	29	9
	Sul South	50	48	26	32	10
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	45	41	35	23	9
	Nordeste Northeast	43	43	30	20	13
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	48	42	29	30	9
	Masculino / Male	48	35	26	22	12
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	45	45	33	27	15
	Fundamental II Elementary II	41	35	28	26	9
	Médio ou mais Secondary or more	53	40	26	26	10
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	52	44	13	17	8
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	54	38	26	20	11
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	40	38	26	24	10
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	48	38	38	36	11
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	44	43	26	22	13
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	45	41	27	23	10
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	57	32	28	32	9
	Mais de 3 SM More than 3 MW	51	37	22	24	9
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	52	36	20	31	7
	C	49	39	31	25	11
	DE	37	44	26	22	14

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**E15** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIGEM DOS CONSELHOS RECEBIDOS SOBRE USO SEGURO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY SOURCE OF ADVICE RECEIVED REGARDING SAFE INTERNET USE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sites Websites	Provedor de serviços de Internet Internet service provider	Outros Other	Nunca recebeu qualquer conselho dessas pessoas ou nesses locais Never received any advice from the people or at the locations mentioned	Não sabe / Não lembra Does not know / Cannot remember
<b>TOTAL</b>		<b>8</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>8</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	8	7	3	9	10
	<b>Sul</b> South	9	9	2	7	8
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	5	5	1	10	7
	<b>Nordeste</b> Northeast	7	9	1	18	4
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	8	7	2	11	6
	<b>Masculino / Male</b>	8	7	2	12	9
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	7	9	2	14	5
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	5	6	3	9	10
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	10	8	2	12	7
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	5	4	2	11	11
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	5	5	4	14	4
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	6	7	2	8	11
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	12	10	1	13	5
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	8	9	3	13	4
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	6	7	3	14	9
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	6	7	1	11	4
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	11	6	2	9	14
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	10	6	1	8	8
	<b>C</b>	7	8	3	12	8
	<b>DE</b>	6	7	3	14	7

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA/CONTINUES ►

## E16 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PRINCIPAL ORIGEM DOS CONSELHOS RECEBIDOS SOBRE USO SEGURO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY MAIN SOURCE OF ADVICE RECEIVED REGARDING SAFE INTERNET USE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Outro parente Other relative	Professor Teacher	Pessoas que trabalham com jovens ou pessoas ligadas a igreja Youth or church worker	Televisão, rádio, jornais Television, radio, newspapers	Bibliotecário/monitor de lanhouse Librarian/LAN house supervisor
<b>TOTAL</b>		<b>34</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>3</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	38	11	6	13	4
	<b>Sul</b> South	33	27	5	11	1
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	29	23	15	6	4
	<b>Nordeste</b> Northeast	30	21	13	4	3
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	34	20	9	13	3
	<b>Masculino / Male</b>	34	14	10	5	4
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	28	19	10	13	3
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	40	14	11	7	5
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	40	17	8	5	3
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	38	26	2	6	3
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	44	17	10	3	1
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	28	19	9	10	4
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	30	12	13	14	5
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	32	22	12	6	8
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	36	20	11	5	2
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	37	13	10	17	3
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	34	15	7	4	2
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	42	16	6	13	1
	<b>C</b>	33	16	10	9	3
	<b>DE</b>	27	25	13	4	6

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**E16** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PRINCIPAL ORIGEM DOS CONSELHOS RECEBIDOS SOBRE USO SEGURO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY MAIN SOURCE OF ADVICE RECEIVED REGARDING SAFE INTERNET USE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sites Websites	Provedor de serviços de Internet Internet service provider	Outros Other	Nunca recebeu qualquer conselho dessas pessoas ou nesses locais Never received any advice from the people or at the locations mentioned	Não sabe / Não lembra Does not know / Cannot remember
<b>TOTAL</b>		<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>11</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	2	0	1	8	16
	<b>Sul</b> South	3	3	1	7	8
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	1	1	2	11	8
	<b>Nordeste</b> Northeast	1	2	1	21	4
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	1	1	1	12	6
	<b>Masculino / Male</b>	2	1	1	11	16
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	1	1	1	10	15
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	2	1	1	16	4
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	3	1	1	12	9
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	1	1	1	11	10
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	0	1	2	17	5
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	1	1	1	7	21
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	4	1	1	14	5
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	1	1	2	12	5
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	1	2	0	15	9
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	1	1	1	14	4
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	4	1	1	8	25
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	3	1	1	8	9
	<b>C</b>	1	1	1	12	13
	<b>DE</b>	1	2	2	15	6

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA/CONTINUES ►

## F1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING SEEN IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Na televisão On television	Em revistas, jornais ou gibis Magazines, newspapers or comic books	No site de uma rede social On social networking sites
<b>TOTAL</b>		<b>84</b>	<b>55</b>	<b>54</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	90	64	55
	<b>Sul</b> South	92	68	76
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	82	50	50
	<b>Nordeste</b> Northeast	71	37	47
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	79	52	57
	<b>Masculino / Male</b>	90	58	51
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	85	56	46
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	78	47	56
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	86	58	68
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	77	49	46
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	90	64	45
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	83	50	69
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	77	43	45
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	81	50	52
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	84	54	60
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	94	79	57
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	92	68	67
	<b>C</b>	84	53	52
	<b>DE</b>	73	43	46

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

**F1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING SEEN IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Em sites de vídeos On video websites	Num site de jogar jogos na Internet On online gaming websites	Numa mensagem de texto SMS no celular On mobile text messages (SMS)
<b>TOTAL</b>		<b>43</b>	<b>39</b>	<b>29</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	45	42	26
	<b>Sul</b> South	68	36	47
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	39	44	37
	<b>Nordeste</b> Northeast	31	32	22
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	42	35	36
	<b>Masculino / Male</b>	44	44	22
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	34	35	22
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	44	39	33
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	58	45	40
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	40	47	21
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	39	38	30
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	50	34	34
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	30	36	26
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	39	43	30
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	45	46	31
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	53	38	34
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	64	56	41
	<b>C</b>	39	34	26
	<b>DE</b>	27	32	25

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>2</sup> Base: 1.798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**F1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING SEEN IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Em mensagens instantâneas On instant messages	Num e-mail On e-mail	Outros lugares Other locations
<b>TOTAL</b>		<b>26</b>	<b>17</b>	<b>37</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	28	16	40
	<b>Sul</b> South	22	22	51
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	32	17	34
	<b>Nordeste</b> Northeast	21	14	28
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	27	16	43
	<b>Masculino / Male</b>	25	18	31
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	24	15	36
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	21	17	35
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	33	20	40
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	18	12	32
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	15	11	38
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	44	26	39
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	18	16	30
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	23	18	31
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	32	19	47
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	27	16	36
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	30	20	48
	<b>C</b>	28	17	35
	<b>DE</b>	16	10	27

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**F4** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PROCURARAM INFORMAÇÕES SOBRE ALGUMA MARCA OU PRODUTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN WHO SEARCHED INFORMATION ABOUT ANY BRAND OR PRODUCT ONLINE IN THE PAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>2</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember
<b>TOTAL</b>		<b>31</b>	<b>68</b>	<b>1</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	32	67	2
	<b>Sul</b> South	61	39	1
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	25	75	0
	<b>Nordeste</b> Northeast	21	79	1
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	27	71	2
	<b>Masculino / Male</b>	35	65	0
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	22	78	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	32	65	3
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	44	55	0
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	24	76	0
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	34	66	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	41	57	2
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	22	75	3
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	27	73	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	35	65	0
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	41	58	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	44	56	0
	<b>C</b>	29	70	1
	<b>DE</b>	20	80	0

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.<sup>2</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

**F5** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE REALIZARAM ALGUMA COMPRA EM JOGOS NA INTERNET  
PROPORTION OF CHILDREN WHO BOUGHT SOMETHING IN ONLINE GAMES  
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE JOGARAM GAMES/JOGOS NA INTERNET<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO PLAYED ONLINE GAMES<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>89</b>	<b>1</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	9	91	0
	<b>Sul</b> South	21	79	0
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	11	86	3
	<b>Nordeste</b> Northeast	6	94	0
<b>SEXO DA CRIANÇA</b> OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	4	95	1
	<b>Masculino / Male</b>	15	85	0
<b>ESCOLARIDADE</b> DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	7	91	1
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	9	91	0
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	14	86	0
<b>FAIXA ETÁRIA</b> DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	5	95	0
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	7	91	2
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	13	87	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	15	85	0
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	8	89	3
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	6	94	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	10	90	0
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	15	85	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	12	88	0
	<b>C</b>	9	90	1
	<b>DE</b>	11	89	0

<sup>1</sup> Base: 1.055 usuários de Internet de 9 a 17 anos que jogaram games/jogos na Internet. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,055 Internet users from 9 to 17 years old who played online games. Data collected between October 2014 and February 2015.

**F6** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMA DE INTERAÇÃO COM PROPAGANDAS E PUBLICIDADE EM REDES SOCIAIS

## PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INTERACTION WITH ADVERTISMENTS ON SOCIAL NETWORKS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS QUE POSSUEM O PRÓPRIO PERFIL EM UMA REDE SOCIAL<sup>1</sup>PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Curtiu Liked	Bloqueou Blocked	Compartilhou Shared	Descurtiu Unliked
<b>TOTAL</b>		<b>43</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>13</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	38	17	12	10
	<b>Sul</b> South	62	18	18	11
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	47	22	19	18
	<b>Nordeste</b> Northeast	42	10	14	16
<b>SEXO DA CRIANÇA</b> OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	52	20	13	16
	<b>Masculino / Male</b>	34	11	16	9
<b>ESCOLARIDADE</b> DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	39	17	13	12
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	37	22	18	12
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	55	10	14	14
<b>FAIXA ETÁRIA</b> DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	40	17	22	17
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	36	9	10	11
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	52	21	14	12
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	42	14	14	19
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	50	17	15	14
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	41	15	17	12
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	36	8	10	9
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	42	10	11	10
	<b>C</b>	45	20	15	13
	<b>DE</b>	38	10	18	16

<sup>1</sup> Base: 1.501 usuários de Internet de 11 a 17 anos que possuem o próprio perfil em redes sociais. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.<sup>2</sup> Base: 1,501 Internet users from 11 to 17 years old who have their own social networking profile. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**G1** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE FORAM TRATADOS DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
PROPORTION OF CHILDREN WHO RECEIVED OFFENSIVE TREATMENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS  
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>76</b>	<b>9</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	13	79	7
	<b>Sul</b> South	27	63	10
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	13	70	17
	<b>Nordeste</b> Northeast	13	81	6
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	18	75	8
	<b>Masculino / Male</b>	11	78	10
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	10	79	10
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	18	75	7
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	20	72	7
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	9	78	13
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	11	74	15
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	15	78	7
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	20	76	5
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	12	83	5
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	13	77	9
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	15	74	11
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	20	72	8
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	19	70	11
	<b>C</b>	14	77	9
	<b>DE</b>	12	82	6

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

## G5 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM IMAGENS OU VÍDEOS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

### PROPORTION OF CHILDREN WHO SAW SEXUAL CONTENT IN IMAGES OR VIDEOS ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember
<b>TOTAL</b>		<b>29</b>	<b>61</b>	<b>10</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	28	66	6
	<b>Sul</b> South	43	49	8
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	27	55	19
	<b>Nordeste</b> Northeast	26	64	10
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	26	63	11
	<b>Masculino / Male</b>	32	60	8
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	26	63	11
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	28	63	9
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	34	57	8
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	9	72	20
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	25	65	11
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	27	68	6
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	44	48	8
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	27	63	10
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	26	62	12
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	32	56	11
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	34	59	7
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	36	56	9
	<b>C</b>	27	63	10
	<b>DE</b>	25	64	10

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

**G9** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM OU RECEBERAM MENSAGENS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN WHO SAW OR RECEIVED SEXUAL CONTENT IN MESSAGES IN THE LAST 12 MONTHS  
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember
<b>TOTAL</b>		<b>19</b>	<b>67</b>	<b>14</b>
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	16	64	21
	Sul South	19	77	3
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	29	65	6
	Nordeste Northeast	20	69	11
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	17	76	7
	Masculino / Male	22	58	21
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	18	61	20
	Fundamental II Elementary II	26	66	8
	Médio ou mais Secondary or more	18	77	5
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	14	77	10
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	13	63	25
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	30	65	5
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	18	73	9
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	20	71	9
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	23	70	7
	Mais de 3 SM More than 3 MW	19	53	28
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	19	76	5
	C	21	62	17
	DE	16	71	13

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

## G12 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ENVIARAM OU POSTARAM MENSAGENS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN WHO SENT OR POSTED MESSAGES OF SEXUAL CONTENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember
<b>TOTAL</b>		4	90	6
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	3	92	5
	<b>Sul</b> South	3	94	2
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	5	85	11
	<b>Nordeste</b> Northeast	5	89	6
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	2	93	5
	<b>Masculino / Male</b>	5	87	7
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	4	92	4
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	6	83	11
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	3	91	6
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	2	89	9
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	2	93	5
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	6	89	5
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	4	91	4
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	4	85	11
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	4	91	5
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	2	94	4
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	2	92	6
	<b>C</b>	4	90	6
	<b>DE</b>	5	88	7

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

## G13 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ TIVERAM CONTATO COM ALGUÉM NA INTERNET QUE NÃO CONHECIAM PESSOALMENTE

PROPORTION OF CHILDREN WHO HAD CONTACT WITH SOMEONE ON THE INTERNET THEY DID NOT PERSONALLY KNOW

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember
<b>TOTAL</b>		<b>29</b>	<b>67</b>	<b>4</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	26	71	3
	<b>Sul</b> South	49	46	5
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	29	62	9
	<b>Nordeste</b> Northeast	25	72	2
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	27	68	5
	<b>Masculino / Male</b>	31	66	3
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	26	69	5
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	29	68	3
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	32	64	4
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	7	82	11
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	19	76	5
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	31	66	2
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	44	54	2
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	29	67	4
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	29	68	3
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	28	66	6
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	31	65	4
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	40	56	4
	<b>C</b>	25	71	5
	<b>DE</b>	27	72	2

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

## G14 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ENCONTRARAM PESSOALMENTE COM ALGUÉM QUE CONHECERAM NA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE MET IN PERSON WITH SOMEONE THEY MET ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>82</b>	<b>5</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	9	88	4
	<b>Sul</b> South	35	58	7
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	11	80	10
	<b>Nordeste</b> Northeast	11	86	3
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	12	82	6
	<b>Masculino / Male</b>	13	83	4
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	10	85	5
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	11	84	5
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	17	78	4
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	2	86	12
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	7	87	6
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	15	82	3
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	19	78	3
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	12	84	4
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	13	83	4
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	12	80	7
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	14	81	4
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	19	76	4
	<b>C</b>	11	83	6
	<b>DE</b>	9	88	3

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

**G16** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE  
PROPORTION OF CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		O computador pegou vírus Computer was infected by a virus	Alguém usou minha senha para acessar informações pessoais minhas ou para se passar por mim Someone used my password to access my personal information or impersonate me	Alguém usou minhas informações pessoais de forma que não gostei Someone used my personal information in a way I did not like	Perdi dinheiro sendo enganado na Internet I lost money being scammed on the Internet
<b>TOTAL</b>		<b>37</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>2</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	46	10	12	2
	<b>Sul</b> South	53	2	3	0
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	30	14	14	2
	<b>Nordeste</b> Northeast	20	9	9	2
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	32	9	10	1
	<b>Masculino / Male</b>	42	10	11	4
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	39	10	11	1
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	25	10	11	4
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	41	9	9	2
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	32	11	12	2
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	40	8	10	2
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	37	10	10	2
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	21	11	14	2
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	24	12	13	3
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	36	7	7	2
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	61	9	8	1
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	45	5	4	0
	<b>C</b>	39	11	13	3
	<b>DE</b>	19	14	11	2

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro de 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## G18 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDOS SENSÍVEIS COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

### PROPORTION OF CHILDREN BY SENSITIVE CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Mensagens de ódio contra pessoas ou grupos de pessoas <i>Hate messages against individuals or groups of people</i>	Experiências sobre o uso de drogas <i>Experiences with drug use</i>	Formas para ficar muito magro, a ponto de ficar doente e causar anorexia ou bulimia <i>Ways to become very thin, to the point of getting sick and lead to anorexia and bulimia</i>
<b>TOTAL</b>		<b>21</b>	<b>15</b>	<b>14</b>
<b>REGIÃO</b> <i>REGION</i>	<b>Sudeste</b> <i>Southeast</i>	18	13	11
	<b>Sul</b> <i>South</i>	31	36	30
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> <i>Center-West and North</i>	26	16	17
	<b>Nordeste</b> <i>Northeast</i>	17	10	13
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>SEX OF CHILD</i>	<b>Feminino / Female</b>	24	18	21
	<b>Masculino / Male</b>	17	12	8
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	<b>Até Fundamental I</b> <i>Up to Elementary I</i>	15	15	12
	<b>Fundamental II</b> <i>Elementary II</i>	26	18	18
	<b>Médio ou mais</b> <i>Secondary or more</i>	28	15	16
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	<b>De 11 a 12 anos</b> <i>11 to 12 years old</i>	13	15	11
	<b>De 13 a 14 anos</b> <i>13 to 14 years old</i>	20	15	16
	<b>De 15 a 17 anos</b> <i>15 to 17 years old</i>	27	16	16
<b>RENDA FAMILIAR</b> <i>FAMILY INCOME</i>	<b>Até 1 SM</b> <i>Up to 1 MW</i>	21	16	18
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	21	19	16
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	19	14	10
	<b>Mais de 3 SM</b> <i>More than 3 MW</i>	24	14	14
<b>CLASSE SOCIAL</b> <i>SOCIAL CLASS</i>	<b>AB</b>	29	19	18
	<b>C</b>	17	15	13
	<b>DE</b>	21	12	15

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**G18** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDOS SENSÍVEIS COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES  
PROPORTION OF CHILDREN BY SENSITIVE CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Formas de machucar a si mesmo Ways to hurt oneself	Formas de cometer suicídio Ways to commit suicide
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>9</b>
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	13	7
	<b>Sul</b> South	11	24
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	11	7
	<b>Nordeste</b> Northeast	14	8
<b>SEXO DA CRIANÇA</b> OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	15	12
	<b>Masculino / Male</b>	10	5
<b>ESCOLARIDADE</b> DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	12	7
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	14	10
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	13	12
<b>FAIXA ETÁRIA</b> DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	15	8
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	11	12
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	13	7
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	13	9
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	16	10
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	12	6
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	12	12
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	12	14
	<b>C</b>	13	8
	<b>DE</b>	12	6

<sup>1</sup> Base: 1.798 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,798 Internet users from 11 to 17 years old. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

### A3A PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS USARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES

PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS USED THE INTERNET IN THE PAST THREE MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não respondeu Did not answer
<b>TOTAL</b>		50	50	0
<b>REGIÃO REGION</b>	<b>Sudeste</b> Southeast	59	41	0
	<b>Sul</b> South	64	36	0
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	50	50	0
	<b>Nordeste</b> Northeast	29	71	0
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD</b>	<b>Feminino / Female</b>	46	54	0
	<b>Masculino / Male</b>	55	45	0
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</b>	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	32	68	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	57	43	0
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	74	26	0
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD</b>	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	61	39	0
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	55	45	0
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	56	44	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	35	65	0
<b>RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME</b>	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	36	64	0
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	41	58	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	44	56	0
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	80	20	0
<b>CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS</b>	<b>AB</b>	73	27	0
	<b>C</b>	48	52	0
	<b>DE</b>	23	77	0

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA / CONTINUES ►

## A4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS  
 PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Casa Home	Enquanto se desloca On the move	Trabalho Work	Casa de outra pessoa Someone else's house
<b>TOTAL</b>		92	32	31	30
<b>REGIÃO REGION</b>	<b>Sudeste</b> Southeast	98	33	25	29
	<b>Sul</b> South	72	24	45	27
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	92	38	40	38
	<b>Nordeste</b> Northeast	92	31	29	29
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD</b>	<b>Feminino</b> / Female	88	34	38	31
	<b>Masculino</b> / Male	96	30	25	29
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</b>	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	97	25	15	15
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	95	38	25	36
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	88	34	45	37
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD</b>	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	95	32	38	42
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	92	43	28	33
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	87	21	31	20
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	97	39	30	33
<b>RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME</b>	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	90	30	14	20
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	97	47	36	44
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	95	29	31	34
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	89	27	37	26
<b>CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS</b>	<b>AB</b>	86	36	42	36
	<b>C</b>	96	30	25	28
	<b>DE</b>	89	26	25	20

<sup>1</sup> Base: 931 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis são usuários de Internet. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 931 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians are Internet users. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

## A4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS<sup>2</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Centro público de acesso gratuito Free public access center	Escola ou estabelecimento de ensino School or educational institution	Centro público de acesso pago Paid public access center
<b>TOTAL</b>		11	10	7
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	11	8	5
	<b>Sul</b> South	10	3	8
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	11	22	6
	<b>Nordeste</b> Northeast	10	7	16
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	12	8	7
	<b>Masculino / Male</b>	9	11	8
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	7	1	4
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	9	4	9
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	14	18	9
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	10	18	9
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	16	9	11
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	5	4	4
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	14	12	9
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	6	4	9
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	12	8	9
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	6	7	7
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	14	14	6
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	17	16	8
	<b>C</b>	7	5	7
	<b>DE</b>	8	13	6

<sup>1</sup> Base: 931 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis são usuários de Internet. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro 2014 e fevereiro 2015.

<sup>2</sup> Base: 931 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians are Internet users. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**A5** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET  
 PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS  
 PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Mais de uma vez por dia More than once a day	Pelo menos uma vez por dia At least once a day	Pelo menos uma vez por semana At least once a week	Pelo menos uma vez por mês At least once a month	Menos de uma vez por mês Less than once a month
<b>TOTAL</b>		44	25	27	3	1
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	43	23	31	2	1
	<b>Sul</b> South	35	25	36	4	0
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	54	29	13	4	1
	<b>Nordeste</b> Northeast	45	31	17	5	2
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino</b> / Female	47	26	23	3	1
	<b>Masculino</b> / Male	42	24	30	3	1
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	30	23	45	2	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	50	27	16	5	2
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	50	26	19	4	1
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	51	35	10	4	1
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	47	34	13	4	1
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	32	19	47	1	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	55	17	22	4	2
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	40	32	21	5	2
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	56	26	14	3	1
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	47	33	14	4	1
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	38	18	42	2	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	48	28	21	2	1
	<b>C</b>	42	22	31	4	1
	<b>DE</b>	40	35	19	4	1

<sup>1</sup> Base: 931 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis são usuários de Internet. Respostas estimuladas. Dados coletados entre outubro 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 931 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians are Internet users. Stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## A8 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

### PROPORTION OF CHILDREN USING INTERNET SAFELY, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não respondeu Does not know/ Did not answer
<b>TOTAL</b>		59	30	12
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	57	27	16
	<b>Sul</b> South	68	21	11
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	57	38	5
	<b>Nordeste</b> Northeast	58	33	9
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	52	30	18
	<b>Masculino / Male</b>	65	29	6
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	51	29	21
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	65	31	3
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	67	30	2
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	73	23	4
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	59	37	4
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	51	25	24
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	59	33	8
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	54	33	13
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	58	37	6
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	68	26	6
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	53	25	22
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	67	30	3
	<b>C</b>	56	30	14
	<b>DE</b>	56	29	15

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA / CONTINUES ►

**A9** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO QUE COSTUMAM RECEBER PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
 PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE USUALLY RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Conversa com o filho sobre o que faz na Internet Talks to the child about what he or she does online	Fica por perto enquanto usa a Internet Remains nearby while he or she is online	Senta com o filho enquanto usa a Internet, apenas para observar o que faz, sem participar do que está fazendo Sits with the child while online, only to observe what he or she does, without participating in what he or she is doing
TOTAL		79	70	61
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	80	79	70
	Sul South	89	61	53
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	80	71	60
	Nordeste Northeast	70	58	48
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	77	68	58
	Masculino / Male	80	73	64
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	72	70	59
	Fundamental II Elementary II	80	64	61
	Médio ou mais Secondary or more	87	74	64
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	80	80	65
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	83	76	67
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	85	69	66
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	68	62	49
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	71	59	54
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	73	65	59
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	86	76	60
	Mais de 3 SM More than 3 MW	91	79	75
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	89	75	66
	C	78	73	63
	DE	67	50	45

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

## A9 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO QUE COSTUMAM RECEBER PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

### PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE USUALLY RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Realiza qualquer tipo de atividade junto com o filho na Internet Participates in shared online activities	Estimula o filho a explorar e aprender coisas na Internet por conta própria Encourages the child to explore and learn things online by him or herself
<b>TOTAL</b>		40	36
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	38	41
	<b>Sul</b> South	58	53
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	42	32
	<b>Nordeste</b> Northeast	34	23
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	43	34
	<b>Masculino / Male</b>	36	38
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	23	24
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	46	40
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	63	52
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	57	38
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	45	36
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	34	39
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	34	32
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	33	23
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	41	32
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	42	46
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	48	47
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	52	62
	<b>C</b>	39	30
	<b>DE</b>	25	18

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA / CONTINUES ►

**A11** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO RECEBIDA PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
 PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Falou como usar a Internet com segurança Suggested ways to use the Internet safely	Falou sobre como deveria se comportar com outras pessoas na Internet Suggested ways to behave towards other people on the Internet	Explicou porque o conteúdo de alguns sites são bons e outros ruins Explained why some websites' contents are good while others are bad
<b>TOTAL</b>		81	77	76
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	86	74	81
	<b>Sul</b> South	88	90	84
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	77	78	75
	<b>Nordeste</b> Northeast	75	75	64
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino</b> / Female	83	84	78
	<b>Masculino</b> / Male	79	69	74
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	77	67	70
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	81	80	78
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	89	89	84
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	79	78	78
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	86	87	79
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	84	68	78
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	77	78	71
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	74	72	65
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	76	79	72
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	84	85	80
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	89	69	86
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	87	86	84
	<b>C</b>	82	75	78
	<b>DE</b>	70	67	56

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

## A11 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO RECEBIDA PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

### PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Falou sobre o que deveria fazer se alguma coisa na Internet o aborrecesse ou o assustasse <i>Has talked about what to do if something on the Internet has bothered the child</i>	Ajudou a fazer ou encontrar alguma coisa na Internet <i>Helped to do or find something on the Internet</i>
<b>TOTAL</b>		<b>62</b>	<b>51</b>
<b>REGIÃO</b> <i>REGION</i>	<b>Sudeste</b> <i>Southeast</i>	63	60
	<b>Sul</b> <i>South</i>	75	62
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> <i>Center-West and North</i>	58	44
	<b>Nordeste</b> <i>Northeast</i>	58	35
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>SEX OF CHILD</i>	<b>Feminino / Female</b>	68	49
	<b>Masculino / Male</b>	57	52
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	<b>Até Fundamental I</b> <i>Up to Elementary I</i>	54	36
	<b>Fundamental II</b> <i>Elementary II</i>	66	54
	<b>Médio ou mais</b> <i>Secondary or more</i>	73	71
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	<b>De 9 a 10 anos</b> <i>9 to 10 years old</i>	58	61
	<b>De 11 a 12 anos</b> <i>11 to 12 years old</i>	70	54
	<b>De 13 a 14 anos</b> <i>13 to 14 years old</i>	56	60
	<b>De 15 a 17 anos</b> <i>15 to 17 years old</i>	66	33
<b>RENDA FAMILIAR</b> <i>FAMILY INCOME</i>	<b>Até 1 SM</b> <i>Up to 1 MW</i>	59	32
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	61	39
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	64	52
	<b>Mais de 3 SM</b> <i>More than 3 MW</i>	61	81
<b>CLASSE SOCIAL</b> <i>SOCIAL CLASS</i>	<b>AB</b>	77	76
	<b>C</b>	61	49
	<b>DE</b>	48	19

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA / CONTINUES ►

## A24 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES UTILIZADAS PELOS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE USO SEGURO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY SOURCES OF INFORMATION USED BY PARENTS OR LEGAL GUARDIANS REGARDING SAFE INTERNET USE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Televisão, rádio, jornais ou revistas Television, radio, newspapers or magazines	Família e amigos Family and friends	Escola do filho Child's school	Sites com informações sobre segurança Websites with safety information
TOTAL		50	42	27	12
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	58	51	26	15
	Sul South	50	41	34	15
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	50	39	25	7
	Nordeste Northeast	37	30	28	10
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	48	42	30	12
	Masculino / Male	53	42	24	13
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	45	40	24	12
	Fundamental II Elementary II	53	45	28	12
	Médio ou mais Secondary or more	56	44	30	13
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	51	46	32	7
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	44	35	31	6
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	55	49	18	10
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	49	38	31	22
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	36	32	29	12
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	46	37	35	11
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	52	43	22	9
	Mais de 3 SM More than 3 MW	61	53	18	11
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	58	47	23	13
	C	52	46	29	13
	DE	32	23	27	9

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

## A24 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES UTILIZADAS PELOS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE USO SEGURO DA INTERNET

### PROPORTION OF CHILDREN BY SOURCES OF INFORMATION USED BY PARENTS OR LEGAL GUARDIANS REGARDING SAFE INTERNET USE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Provedores de serviços de Internet Internet service providers	Governo Government	O próprio filho Their own child	ONGs/ institutos em prol das crianças NGOs/children's advocacy institutions
<b>TOTAL</b>		11	10	6	6
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	12	11	5	8
	<b>Sul</b> South	15	12	6	6
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	10	9	4	4
	<b>Nordeste</b> Northeast	7	7	9	4
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	10	8	7	5
	<b>Masculino / Male</b>	12	11	6	6
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	5	6	6	2
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	16	10	8	15
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	17	15	6	7
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	15	15	8	11
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	8	15	11	4
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	10	6	4	3
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	11	7	4	7
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	6	5	3	5
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	10	8	13	6
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	13	12	4	6
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	16	14	4	6
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	17	18	3	6
	<b>C</b>	10	8	8	7
	<b>DE</b>	3	3	4	2

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**A24** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES UTILIZADAS PELOS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE USO SEGURO DA INTERNET  
 PROPORTION OF CHILDREN BY SOURCES OF INFORMATION USED BY PARENTS OR LEGAL GUARDIANS REGARDING SAFE INTERNET USE

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Fabricantes e varejistas que comercializam os produtos Manufacturers and retailers selling the products	Outras fontes Other sources	De nenhuma dessas fontes, não busca informações sobre isso None: does not search for information on the subject	Não sabe Does not know
<b>TOTAL</b>		2	3	15	3
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	3	1	13	1
	<b>Sul</b> South	3	18	4	0
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	1	1	19	1
	<b>Nordeste</b> Northeast	1	1	22	8
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino</b> / Female	2	5	16	4
	<b>Masculino</b> / Male	2	1	15	1
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	1	0	21	3
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	5	1	11	6
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	2	8	9	0
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	3	1	17	1
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	3	0	14	1
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	2	7	14	3
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	1	1	17	5
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	1	2	24	4
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	3	0	19	1
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	2	1	12	5
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	3	8	8	0
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	3	9	9	1
	<b>C</b>	2	1	14	2
	<b>DE</b>	1	1	30	6

<sup>1</sup> Base: 2,105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.  
<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## A25 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES DESEJADAS PELOS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE USO SEGURO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY DESIRED SOURCES OF INFORMATION REGARDING SAFE INTERNET USE, ACCORDING TO THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Escola do filho Child's school	Televisão, rádio, jornais ou revistas Television, radio, newspapers or magazines	Família e amigos Family and friends	Governo Government
<b>TOTAL</b>		59	36	27	29
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	71	39	30	33
	<b>Sul</b> South	42	38	29	23
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	61	39	28	32
	<b>Nordeste</b> Northeast	46	28	21	24
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	58	38	29	31
	<b>Masculino / Male</b>	61	34	25	27
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	65	34	25	18
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	56	42	32	43
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	54	36	27	38
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	59	41	31	37
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	60	44	27	29
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	66	25	20	20
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	53	39	33	35
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	61	39	25	25
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	57	36	28	31
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	55	33	27	24
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	62	31	24	29
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	57	38	28	32
	<b>C</b>	61	36	28	32
	<b>DE</b>	59	34	22	15

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

## A25 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES DESEJADAS PELOS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE USO SEGURO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY DESIRED SOURCES OF INFORMATION REGARDING SAFE INTERNET USE, ACCORDING TO THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sítios com informações sobre segurança Websites with safety information	ONGs/Institutos em prol das crianças NGOs/children's advocacy institutions	Provedores de serviços de Internet Internet service providers	O próprio filho Their own child
<b>TOTAL</b>		20	18	15	15
REGIÃO REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	22	22	18	18
	<b>Sul</b> South	20	16	17	19
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	20	20	14	9
	<b>Nordeste</b> Northeast	18	12	12	11
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	<b>Feminino</b> / Female	23	20	18	15
	<b>Masculino</b> / Male	17	16	12	15
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	14	16	12	18
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	26	23	16	13
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	27	19	21	11
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	24	25	23	13
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	19	17	14	13
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	16	12	11	8
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	24	22	18	24
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	13	14	9	13
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	20	17	12	13
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	22	16	15	18
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	21	17	19	9
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	22	18	19	7
	<b>C</b>	22	21	16	19
	<b>DE</b>	13	10	8	13

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## ► CONCLUSÃO / CONCLUSION

## A25 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES DESEJADAS PELOS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE USO SEGURO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY DESIRED SOURCES OF INFORMATION REGARDING SAFE INTERNET USE, ACCORDING TO THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)	Fabricantes e varejistas que comercializam os produtos Manufacturers and retailers selling the products	De nenhuma dessas fontes, não busca informações sobre isso None: does not search for information on the subject	Outras fontes Other sources	Não sabe Does not know	
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	13	1	1	
	<b>Sul</b> South	13	17	0	
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	11	2	2	
	<b>Nordeste</b> Northeast	6	3	0	
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	13	5	1	4
	<b>Masculino / Male</b>	8	1	1	1
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	10	2	1	3
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	14	1	1	6
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	10	7	1	1
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	14	1	1	1
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	9	2	1	2
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	7	7	1	2
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	14	2	1	5
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	6	2	2	2
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	9	1	1	2
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	10	1	1	6
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	11	9	0	1
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	12	10	0	1
	<b>C</b>	12	1	1	3
	<b>DE</b>	5	3	2	4

<sup>1</sup> Base: 2.105 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>2</sup> Base: 2,105 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

**B2A** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NÃO APROPRIADA PARA A IDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS  
 PROPORTION OF CHILDREN WHO WERE IN CONTACT WITH ONLINE ADVERTISING CONSIDERED INAPPROPRIATE FOR THEIR AGE, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT  
 PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE VIRAM ALGUMA PROPAGANDA OU PUBLICIDADE DE ALGUM PRODUTO OU MARCA<sup>1</sup>  
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO SAW SOME ADVERTS OR ADVERTISING FOR ANY PRODUCT OR BRAND<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember
TOTAL		38	47	15
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	32	46	23
	Sul South	55	40	5
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	47	46	7
	Nordeste Northeast	37	57	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	40	49	12
	Masculino / Male	37	46	18
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	30	45	25
	Fundamental II Elementary II	43	51	6
	Médio ou mais Secondary or more	46	48	6
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	35	60	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	45	50	5
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	36	39	25
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	37	47	16
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	32	57	10
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	42	50	7
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	42	52	5
	Mais de 3 SM More than 3 MW	39	37	24
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	44	50	6
	C	37	43	20
	DE	33	59	8

<sup>1</sup> Base: 1.711 usuários de Internet de 9 a 17 anos que viram alguma propaganda ou publicidade de algum produto ou marca. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,711 Internet users from 9 to 17 years old who saw adverts or advertising for any product or brand. Data collected between October 2014 and February 2015.

### B3 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM AOS PAIS ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

PROPORTION OF CHILDREN WHO ASKED TO THEIR PARENTS FOR A PRODUCT AFTER HAVING CONTACT WITH ONLINE ADVERTISEMENT IN THE LAST 12 MONTHS, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE VIRAM ALGUMA PROPAGANDA OU PUBLICIDADE DE ALGUM PRODUTO OU MARCA<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO SAW ANY PRODUCT OR BRAND ADVERTISING<sup>1</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember
<b>TOTAL</b>		<b>36</b>	<b>63</b>	<b>1</b>
<b>REGIÃO REGION</b>	<b>Sudeste</b> Southeast	36	63	0
	<b>Sul</b> South	51	49	0
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	33	67	1
	<b>Nordeste</b> Northeast	30	69	1
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD</b>	<b>Feminino / Female</b>	36	64	0
	<b>Masculino / Male</b>	37	63	1
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</b>	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	23	76	0
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	45	54	1
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	49	50	0
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD</b>	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	44	56	0
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	38	61	1
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	33	66	0
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	35	65	0
<b>RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME</b>	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	30	69	1
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	34	66	0
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	41	59	1
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	42	58	0
<b>CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS</b>	<b>AB</b>	50	49	1
	<b>C</b>	33	67	0
	<b>DE</b>	20	79	1

<sup>1</sup> Base: 1.711 usuários de Internet de 9 a 17 anos que viram alguma propaganda ou publicidade de algum produto ou marca. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,711 Internet users from 9 to 17 years old who saw adverts or advertising for any product or brand. Data collected between October 2014 and February 2015.

CONTINUA / CONTINUES ►

**B4** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER HAVING CONTACT WITH ONLINE ADVERTISEMENT IN THE LAST 12 MONTHS, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE VIRAM ALGUMA PROPAGANDA OU PUBLICIDADE DE ALGUM PRODUTO OU MARCA<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO SAW ANY PRODUCT OR BRAND ADVERTISING<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Equipamentos eletrônicos Electronic devices	Roupas e sapatos Clothing and shoes	Jogos de computador ou videogame Computer games or game consoles	Filmes Movies
<b>TOTAL</b>		25	17	10	9
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	24	18	11	9
	<b>Sul</b> South	37	33	16	25
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	25	12	9	7
	<b>Nordeste</b> Northeast	19	11	5	2
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino</b> / Female	25	19	5	12
	<b>Masculino</b> / Male	24	16	15	6
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	14	8	5	3
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	29	24	16	8
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	36	26	13	18
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	33	14	24	13
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	29	13	12	9
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	23	18	5	10
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	18	22	7	8
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	17	16	8	3
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	23	11	6	6
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	27	24	15	10
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	31	21	12	16
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	35	28	13	20
	<b>C</b>	22	15	10	5
	<b>DE</b>	12	6	6	3

<sup>1</sup> Base: 1.711 usuários de Internet de 9 a 17 anos que viram alguma propaganda ou publicidade de algum produto ou marca. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,711 Internet users from 9 to 17 years old who saw adverts or advertising for any product or brand. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

## B4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER HAVING CONTACT WITH ONLINE ADVERTISEMENT IN THE LAST 12 MONTHS, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE VIRAM ALGUMA PROPAGANDA OU PUBLICIDADE DE ALGUM PRODUTO OU MARCA<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO SAW ANY PRODUCT OR BRAND ADVERTISING<sup>2</sup>

	Percentual (%) Percentage (%)	Brinquedos Toys	Músicas ou toques para celular Music for mobile phones or ringtones	Livros, revistas ou jornais Books, magazines or newspapers	Comidas ou alimentos Food
<b>TOTAL</b>		7	6	6	4
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	7	8	3	5
	<b>Sul</b> South	10	5	21	6
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	6	4	6	3
	<b>Nordeste</b> Northeast	5	3	2	1
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino / Female</b>	7	7	9	5
	<b>Masculino / Male</b>	7	6	2	3
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	3	3	1	3
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	11	11	2	3
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	10	8	14	6
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	24	13	5	8
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	8	5	4	6
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	3	3	9	2
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	2	7	4	3
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	4	8	1	3
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	4	3	3	4
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	11	10	4	4
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	8	6	13	4
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	9	6	15	4
	<b>C</b>	7	7	3	4
	<b>DE</b>	3	3	1	3

<sup>1</sup> Base: 1.711 usuários de Internet de 9 a 17 anos que viram alguma propaganda ou publicidade de algum produto ou marca. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>2</sup> Base: 1,711 Internet users from 9 to 17 years old who saw adverts or advertising for any product or brand. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

**B4** PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER HAVING CONTACT WITH ONLINE ADVERTISEMENT IN THE LAST 12 MONTHS, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE VIRAM ALGUMA PROPAGANDA OU PUBLICIDADE DE ALGUM PRODUTO OU MARCA<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO SAW ANY PRODUCT OR BRAND ADVERTISING<sup>1</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Ingressos para eventos Tickets to events	Moedas ou dinheiro virtual para jogos Virtual coins or money for games	Não pediu nenhum produto Did not ask for any product
<b>TOTAL</b>		3	2	63
<b>REGIÃO</b> REGION	<b>Sudeste</b> Southeast	3	1	63
	<b>Sul</b> South	4	3	49
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	3	2	67
	<b>Nordeste</b> Northeast	3	1	69
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> SEX OF CHILD	<b>Feminino</b> / Female	4	1	64
	<b>Masculino</b> / Male	2	2	63
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS</b> LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	3	1	76
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	2	1	54
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	5	3	50
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE</b> AGE GROUP OF CHILD	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	2	3	56
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	5	3	61
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	1	0	66
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	4	1	65
<b>RENDA FAMILIAR</b> FAMILY INCOME	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	2	2	69
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	5	0	66
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	2	1	59
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	4	3	58
<b>CLASSE SOCIAL</b> SOCIAL CLASS	<b>AB</b>	4	3	49
	<b>C</b>	3	1	67
	<b>DE</b>	2	1	79

<sup>1</sup> Base: 1.711 usuários de Internet de 9 a 17 anos que viram alguma propaganda ou publicidade de algum produto ou marca. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>1</sup> Base: 1,711 Internet users from 9 to 17 years old who saw adverts or advertising for any product or brand. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between October 2014 and February 2015.

## B4A PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS COMPRARAM ALGUM PRODUTO QUE PEDIRAM APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS PURCHASED A PRODUCT REQUESTED AFTER HAVING CONTACT WITH ONLINE ADVERTISEMENT IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE VIRAM ALGUMA PROPAGANDA OU PUBLICIDADE DE ALGUM PRODUTO OU MARCA<sup>1</sup>

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO SAW ANY PRODUCT OR BRAND ADVERTISING<sup>2</sup>

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Does not remember	Nenhum dos produtos mencionados None of the mentioned products	Não pediu nenhum produto Did not ask for any product
<b>TOTAL</b>		13	22	1	1	63
<b>REGIÃO REGION</b>	<b>Sudeste</b> Southeast	12	23	1	1	63
	<b>Sul</b> South	31	19	0	0	49
	<b>Centro-Oeste e Norte</b> Center-West and North	12	18	1	3	67
	<b>Nordeste</b> Northeast	6	22	1	2	69
<b>SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD</b>	<b>Feminino / Female</b>	14	20	0	2	64
	<b>Masculino / Male</b>	13	23	1	0	63
<b>ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</b>	<b>Até Fundamental I</b> Up to Elementary I	6	16	1	2	76
	<b>Fundamental II</b> Elementary II	12	31	1	2	54
	<b>Médio ou mais</b> Secondary or more	24	25	0	0	50
<b>FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD</b>	<b>De 9 a 10 anos</b> 9 to 10 years old	19	25	0	0	56
	<b>De 11 a 12 anos</b> 11 to 12 years old	11	26	1	0	61
	<b>De 13 a 14 anos</b> 13 to 14 years old	15	17	0	1	66
	<b>De 15 a 17 anos</b> 15 to 17 years old	11	22	0	2	65
<b>RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME</b>	<b>Até 1 SM</b> Up to 1 MW	7	22	1	0	69
	<b>Mais de 1 SM até 2 SM</b> More than 1 MW up to 2 MW	6	25	1	3	66
	<b>Mais de 2 SM até 3 SM</b> More than 2 MW up to 3 MW	13	26	1	1	59
	<b>Mais de 3 SM</b> More than 3 MW	24	18	0	0	58
<b>CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS</b>	<b>AB</b>	26	24	1	0	49
	<b>C</b>	10	22	0	1	67
	<b>DE</b>	3	15	1	2	79

<sup>1</sup> Base: 1.711 usuários de Internet de 9 a 17 anos que viram alguma propaganda ou publicidade de algum produto ou marca. Dados coletados entre outubro de 2014 e fevereiro 2015.

<sup>2</sup> Base: 1.711 Internet users from 9 to 17 years old who saw adverts or advertising for any product or brand. Data collected between October 2014 and February 2015.

**APÊNDICES**

***APPENDICES***



## LISTA DE ABREVIATURAS

- Abep** – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa
- CERT.br** – Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil
- Cetic.br** – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação
- CGI.br** – Comitê Gestor da Internet no Brasil
- CIDCA** – Convenção Internacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
- CNEFE** – Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos
- ECA** – Estatuto da Criança e do Adolescente
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- LSE** – London School of Economics
- MEC** – Ministério da Educação
- Minc** – Ministério da Cultura
- NIC.br** – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
- OLPC** – One Laptop per Child
- ONU** – Organização das Nações Unidas
- PNBL** – Plano Nacional de Banda Larga
- PBLE** – Programa Banda Larga nas Escolas
- Pnud** – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
- Proinfo** – Programa Nacional de Informática na Educação
- Prouca** – Programa Um Computador por Aluno
- TIC** – Tecnologia de Informação e Comunicação
- UIT** – União Internacional de Telecomunicações
- Unesco** – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
- Unicef** – Fundo das Nações Unidas para a Infância



## LIST OF ABBREVIATIONS

- Abep** – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Brazilian Association of Research Institutes)
- CERT.br** – Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil  
(Brazilian Computer Emergency Response Team)
- Cetic.br** – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação  
(Regional Center for Studies on the Development of the Information Society)
- CGI.br** – Comitê Gestor da Internet no Brasil (Brazilian Internet Steering Committee)
- CNEFE** – Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos  
(National File of Addresses for Statistical Purposes)
- CRC** – International Convention on the Rights of the Child
- ECA** – Estatuto da Criança e do Adolescente (Statute of the Child and Adolescent)
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Brazilian Institute of Geography and Statistics)
- ICT** – Information and Communication Technologies
- ITU** – International Telecommunication Union
- LSE** – London School of Economics
- MEC** – Ministry of Education
- Minc** – Ministry of Culture
- NIC.br** – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Brazilian Network Information Center)
- OLPC** – One Laptop per Child
- PNBL** – Plano Nacional de Banda Larga (National Broadband Plan)
- PBLE** – Programa Banda Larga nas Escolas (National Broadband in Schools Program)
- Proinfo** – Programa Nacional de Informática na Educação (National Program for ICT in Education)
- Prouca** – Programa Um Computador por Aluno (One Laptop per Student Program)
- UN** – United Nations
- UNDP** – United Nations Development Programme
- Unicef** – United Nations Children's Fund
- Unesco** – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization







Organização  
das Nações Unidas  
para a Educação,  
a Ciência e a Cultura

United Nations  
Educational Scientific and  
Cultural Organization



**cetic.br**

- Centro Regional de Estudos  
para o Desenvolvimento da  
Sociedade da Informação  
sob os auspícios da UNESCO
- Regional Center for Studies on the  
Development of the Information  
Society under the auspices of UNESCO

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

**nic.br**

**Núcleo de Informação  
e Coordenação do  
Ponto BR**

**Brazilian Network  
Information Center**

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

**cgi.br**

**Comitê Gestor da  
Internet no Brasil**

**Brazilian Internet  
Steering Committee**

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

Tel 55 11 5509 3511  
Fax 55 11 5509 3512