

TIC KIDS ONLINE BRASIL 2013

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

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2013

SURVEY ON INTERNET USE BY CHILDREN IN BRAZIL

cgi.br

Comitê Gestor da Internet no Brasil
Brazilian Internet Steering Committee
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 2013

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

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2013

SURVEY ON INTERNET USE BY CHILDREN IN BRAZIL

Comitê Gestor da Internet no Brasil
Brazilian Internet Steering Committee

São Paulo
2014

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 : Emerson Santos, Fabio Senne e Tatiana Jereissati

Equipe Técnica / Technical Team : Alisson Bittencourt, Camila Garroux, Isabela Coelho, Luiza Mesquita, Maíra Ouriveis, Manuella Ribeiro, Maria Eugenia Sozio, Raphael Albino, Suzana Jaize Alves, Vanessa Henriques e Winston Oyadomari

Edição / Edition : **Comunicação NIC.br** | Caroline D'Avo, Everton Teles Rodrigues e Fabiana Araujo da Silva

Preparação de texto e Arquitetura de Informação / Proof Reading and Information Architecture : Prioridade Consultoria Ltda., Luísa Caliri, Maya Bellomo-Johnson, Isabela Z. Ayub, Luciane F. da Silva e Thayssa L. da Silva

Tradução para o inglês / Translation into English : Prioridade Consultoria Ltda., Grant Borowik, Maya Bellomo-Johnson

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

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

TIC Kids Online Brasil 2013 [livro eletrônico] : pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil = ICT Kids Online Brazil 2013 : survey on Internet use by children in Brazil / [coordenação executiva e editorial / executive and editorial coordination Alexandre F. Barbosa]. -- 1. ed. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014.
1,72 Mb ; PDF.

Edição bilíngue: português/inglês.
ISBN 978-85-60062-84-3

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 2013 : survey on Internet use by children in Brazil.

14-11552

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

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

TIC Kids Online Brasil 2013
Pesquisa sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil

*ICT Kids Online Brazil 2013
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 2013 / In December, 2013)

Coordenador / Coordinator

Virgílio Augusto Fernandes Almeida

Conselheiros / Counselors

Carlos Alberto Afonso

Cássio Jordão Motta Vecchiatti

Demi Getschko

Eduardo Fumes Parajo

Eduardo Levy Cardoso Moreira

Ernesto Costa de Paula

Flávio Rech Wagner

Henrique Faulhaber

Jadir José Pela

José Luiz Ribeiro Filho

Lisandro Zambenedetti Granville

Luiz Antonio de Souza Cordeiro

Marcelo Bechara de Souza Hobaika

Maximiliano Salvadori Martinhão

Nazaré Lopes Bretas

Nelson Akio Fujimoto

Percival Henriques de Souza Neto

Renato da Silveira Martini

Sergio Amadeu da Silveira

Veridiana Alimont

Secretário executivo / Executive Secretary

Hartmut Richard Glaser

AGRADECIMENTOS

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 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 segunda 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

Conselho Administrativo do NIC.br
Antonio Tavares

Consultoras em Educação e Mídias digitais
Maria Inês Bastos, Regina de Alcântara Assis e Regina Festa

Escola do Futuro da Universidade de São Paulo (USP)
Drica Guzzi e Paulo Sérgio Pires

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

Fundação Getúlio Vargas (FGV)
Isleide Fontenelle

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

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)

Rose de Melo Rocha
Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Universidade Federal do Ceará (UFC)
Ines Vitorino

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Maria Luiza Belloni

Universidade Nova de Lisboa
Cristina Ponte e José Alberto Simões

Universidade de São Paulo (USP)
Claudemir Viana e Ismar de Oliveira Soares

ACKNOWLEDGEMENTS

The ICT Kids Online Brazil 2013 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 2nd 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:

Administrative Council for NIC.br
Antonio Tavares

Alana Institute
Isabella Henriques and Renato Godoy

Brazilian National Computer Emergence Response Team (CERT.br)
Lucimara Desiderá
and Miriam von Zuben

Brazilian Society of Interdisciplinary Studies in Communication (Intercom)
Jane Marques
University of São Paulo (USP)
Rose de Melo Rocha
Superior School of Advertising and Marketing (ESPM)

Education and Digital Media Advisers
Maria Inês Bastos, Regina de Alcântara Assis and Regina Festa

Escola do Futuro (School of the Future)
Drica Guzzi and Paulo Sérgio Pires

Federal University of Ceará (UFC)
Ines Vitorino

Federal University of Santa Catarina (UFSC)
Maria Luiza Belloni

New University of Lisbon
Cristina Ponte and José Alberto Simões

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco) – Oficina Regional de Ciencia de la Unesco para América Latina y el Caribe
Guilherme Canela Godoi

Getúlio Vargas Foundation (FGV)
Isleide Fontenelle

Ministry of Justice
Danilo Cesar Maganhoto Doneda

Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC-RJ)
Rita Migliora and Rosália Duarte

Pontifical Catholic University of Paraná (PUC-PR)
Dilmeire Vosgerau

SaferNet Brasil
Rodrigo Nejm

United Nations Children's Fund
Adriana Alvarenga, Gabriela Mora
and Mario Volpi

University of Sao Paulo (USP)
Claudemir Viana and
Ismar de Oliveira Soares

SUMÁRIO / CONTENTS

- 5 AGRADECIMENTOS / ACKNOWLEDGEMENTS, 6
- 19 PREFÁCIO / FOREWORD, 143
- 23 INTRODUÇÃO / INTRODUCTION, 147

PARTE 1: ARTIGOS / PART 1: ARTICLES

- 29 DIÁLOGO, CONFIGURAÇÕES DE PRIVACIDADE E COMPARTILHAMENTO: AJA, NÃO SEJA SÓ UM ESPECTADOR
DIALOGUE, PRIVACY SETTINGS AND SHARING: TAKE ACTION, DON'T BE A MERE SPECTATOR, 153
DRICA GUZZI
- 37 A COMPLEMENTARIDADE ENTRE OS CANAIS INFANTIS, SEUS SITES E PERFIS EM REDES SOCIAIS: UMA NOVA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA VOLTADA ÀS CRIANÇAS
COMPLEMENTARITY AMONG CHILDREN'S TV CHANNELS, WEBSITES AND PROFILES ON SOCIAL NETWORKS: A NEW MARKETING COMMUNICATION STRATEGY AIMED AT CHILDREN, 161
ISABELLA HENRIQUES E RENATO GODOY DE TOLEDO
- 43 ESTRATIFICAÇÃO SOCIAL COMO UMA VARIÁVEL EXPLICATIVA EM ESTUDOS SOBRE O USO DA INTERNET POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES
SOCIAL STRATIFICATION AS AN EXPLANATORY VARIABLE IN STUDIES OF CHILDREN'S INTERNET USE, 167
KJARTAN ÓLAFSSON1
- 53 RECOMENDAÇÕES BASEADAS EM EVIDÊNCIAS PARA PAIS, PROFESSORES E FORMULADORES DE POLÍTICAS PÚBLICAS: UMA VISÃO DA EUROPA
EVIDENCE-BASED RECOMMENDATIONS FOR PARENTS, TEACHERS AND POLICY MAKERS: A VIEW FROM EUROPE, 177
SONIA LIVINGSTONE
- 63 AVANÇOS NA REGULAÇÃO DE CONTEÚDO ON-LINE
DEVELOPMENTS IN ONLINE CONTENT REGULATION, 185
BRIAN O'NEILL
- 71 BRASIL, PORTUGAL, EUROPA: GÊNERO E ACESSO MÓVEL À INTERNET POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES
BRAZIL, PORTUGAL, EUROPE: GENDER AND CHILDREN'S MOBILE ACCESS TO THE INTERNET, 193

CRISTINA PONTE

79 REDES SOCIAIS CADA VEZ MAIS COMPLEXAS

INCREASINGLY COMPLEX SOCIAL NETWORKS, 201

MARCUS TAVARES

85 A INTERNET DOS ADOLESCENTES: UMA GRANDE BIBLIOTECA DE INFORMAÇÕES E UM LUGAR DE AMIZADE

THE ADOLESCENTS' INTERNET: A GREAT LIBRARY OF INFORMATION AND A PLACE FOR FRIENDSHIP, 207

MÁRIO VOLPI

PARTE 2: TIC KIDS ONLINE BRASIL 2013 / PART 2: ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2013

93 RELATÓRIO METODOLÓGICO

METHODOLOGICAL REPORT, 215

102 PERFIL DA AMOSTRA

SAMPLE PROFILE, 224

111 ANÁLISE DOS RESULTADOS

ANALYSIS OF RESULTS, 233

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

265 CRIANÇAS E ADOLESCENTES

CHILDREN

298 PAIS OU RESPONSÁVEIS

PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PARTE 4: APÊNDICES / PART 4: APPENDICES

321 LISTA DE ABREVIATURAS

LIST OF ABBREVIATIONS, 323

LISTA DE GRÁFICOS / CHART LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 46 NÍVEL SOCIOECONÔMICO POR PAÍS
SES BY COUNTRY, 170
- 47 GRAU DE INSTRUÇÃO MAIS ALTO DO DOMICÍLIO POR PAÍS
HIGHEST HOUSEHOLD EDUCATION BY COUNTRY, 171

PERFIL DA AMOSTRA / SAMPLE PROFILE

- 102 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO REGIÃO
SAMPLE PROFILE BY REGION, 224
- 103 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
SAMPLE PROFILE BY SOCIAL CLASS, 225
- 103 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO RENDA FAMILIAR
SAMPLE PROFILE BY FAMILY INCOME, 225
- 104 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE
SAMPLE PROFILE BY SEX OF CHILD, 226
- 104 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE
SAMPLE PROFILE BY AGE GROUP OF CHILD, 226
- 105 PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO SEXO DO ENTREVISTADO
SAMPLE PROFILE BY SEX OF INTERVIEWEE, 227

ANÁLISE DOS RESULTADOS / ANALYSIS OF RESULTS

- 111 PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DE INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA
PROPORTON OF INTERNET USERS, BY AGE GROUP (2013), 233
- 114 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET (2013), 236

- 115 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET, BY SOCIAL CLASS (2013), 237
- 116 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET (2013), 238
- 117 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET, BY SOCIAL CLASS (2013), 239
- 118 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE, BY AGE GROUP (2013), 240
- 118 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE, BY SOCIAL CLASS (2013), 240
- 119 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR IDADE DO PRIMEIRO ACESSO À INTERNET, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
PROPORTION OF CHILDREN BY AGE OF FIRST ACCESS TO THE INTERNET, BY SOCIAL CLASS (2013), 241
- 120 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH (2013), 242
- 122 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET PARA CADA ATIVIDADE REALIZADA NO ÚLTIMO MÊS
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE FOR EACH ACTIVITY CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH (2013), 244
- 123 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL PRÓPRIO NA REDE SOCIAL DE MAIOR USO, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE, BY AGE GROUP (2013), 245
- 125 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING/PUBLICITY TO WHICH THEY WERE EXPOSED IN THE LAST 12 MONTHS, 247
- 128 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR HABILIDADES NO USO DA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS (2013), 250
- 131 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDO COM O QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF CONTENT ENCOUNTERED ON WEBSITES IN THE PAST 12 MONTHS (2013), 253

- 132 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, CUJOS PAIS/RESPONSÁVEIS USARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS USED THE INTERNET IN THE PAST THREE MONTHS, BY SOCIAL CLASS, 254
- 134 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO QUE COSTUMAM RECEBER PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS/RESPONSÁVEIS
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE USUALLY RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT (2013), 256
- 135 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPO DE PERMISSÃO RECEBIDA PARA ATIVIDADES NA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS/RESPONSÁVEIS
PROPOTION OF CHILDREN BY TYPE OF PERMISSION RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT (2013), 257

LISTA DE FIGURAS / *FIGURE LIST*

RELATÓRIO METODOLÓGICO / *METHODOLOGICAL REPORT*

96 INFORMAÇÕES SOBRE OS QUESTIONÁRIOS DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2013
INFORMATION ON THE QUESTIONNAIRES OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2013 SURVEY, 218

LISTA DE TABELAS / TABLE LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 73 BRASIL: TIPOS DE EQUIPAMENTO UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET, POR SEXO E IDADE (2012) (%)
BRAZIL: TYPE OF DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET, BY SEX AND AGE GROUP (2012) (%), 195
- 74 PORTUGAL: MEIOS DE ACESSO À INTERNET, POR SEXO E IDADE (2010) (%)
PORTUGAL: DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET, BY SEX AND AGE GROUP (2010) (%), 196
- 75 BRASIL E MÉDIA DE CINCO PAÍSES EUROPEUS: COMPARAÇÃO DE ATIVIDADES REALIZADAS TODOS OS DIAS OU QUASE TODOS OS DIAS (%)
BRAZIL AND AVERAGES OF FIVE EUROPEAN COUNTRIES: A COMPARISON OF ACTIVITIES CARRIED OUT EVERY DAY OR ALMOST EVERY DAY (%), 197
- 76 BRASIL: USO E NÃO USO DE MEIOS MÓVEIS DE ACESSO À INTERNET, POR IDADE (2012) (%)
BRAZIL: CHILDREN'S USE OF MOBILE DEVICES FOR INTERNET ACCESS, BY AGE GROUP (2012) (%), 198

RELATÓRIO METODOLÓGICO / METHODOLOGICAL REPORT

- 99 DISTRIBUIÇÃO DAS ENTREVISTAS NAS REGIÕES E ESTRATOS
DISTRIBUTION OF INTERVIEWS BY GEOGRAPHIC REGION AND ICT STRATA, 221

LISTA DE TABELAS DE RESULTADOS TABLE OF RESULTS LIST

INDICADORES SELECIONADOS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES SELECTED INDICATORS FOR CHILDREN

- 265 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
- 267 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
- 268 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET
- 270 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE
- 271 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES ONLINE IN THE PAST MONTH
- 277 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL PRÓPRIO NA REDE SOCIAL DE MAIOR USO
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON MAIN SOCIAL NETWORKING SITE
- 278 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUI NO PERFIL DA REDE SOCIAL
PROPORTION OF CHILDREN BY NUMBER OF CONTACTS ON SOCIAL NETWORKING PROFILE
- 279 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 CHILDREN'S SOCIAL NETWORKING PROFILE
- 280 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO PERFIL DA REDE SOCIAL
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION SHARED THROUGH CHILDREN'S SOCIAL NETWORKING PROFILE

- 282 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
- 285 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES NO USO DA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS
- 287 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE A EXISTÊNCIA DE COISAS QUE POSSAM INCOMODÁ-LA NA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY PERCEPTION REGARDING THE PRESENCE OF POTENTIALLY BOTHERSOME CONTENT ON THE INTERNET
- 288 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
- 290 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
- 292 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
- 295 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PROCURARAM INFORMAÇÕES SOBRE ALGUMA MARCA OU PRODUTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN THAT SEARCHED ABOUT ANY BRAND OR PRODUCT ONLINE IN THE PAST 12 MONTHS
- 296 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE REALIZARAM ALGUMA COMPRA EM JOGOS NA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN WHO BOUGHT SOMETHING IN ONLINE GAMES
- 297 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

INDICADORES SELECIONADOS PARA PAIS OU RESPONSÁVEIS

SELECTED INDICATORS FOR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

- 298 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
- 299 PROPORÇÃO DE PAIS OU RESPONSÁVEIS POR LOCAL DE ACESSO INDIVIDUAL À INTERNET
PROPORTION OF PARENTS OR LEGAL GUARDIANS BY LOCATION OF INDIVIDUAL INTERNET ACCESS
- 301 PROPORÇÃO DE PAIS OU RESPONSÁVEIS POR FREQUÊNCIA DE ACESSO INDIVIDUAL À INTERNET
PROPORTION OF PARENTS OR LEGAL GUARDIANS BY FREQUENCY OF INDIVIDUAL INTERNET ACCESS
- 302 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS
PROPORTION OF CHILDREN USING INTERNET SAFELY, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT
- 303 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
- 304 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO RECEBIDA PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT
- 305 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PASSARAM POR ALGUMA SITUAÇÃO DE INCÔMODO OU CONTRANGIMENTO AO UTILIZAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS
PROPORTION OF CHILDREN THAT HAVE EXPERIENCED A BOTHERSOME SITUATION WHILE USING THE INTERNET IN THE PAST 12 MONTHS, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT
- 306 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PROBABILIDADE DE PASSAR POR ALGUM INCÔMODO OU CONTRANGIMENTO NA INTERNET NOS PRÓXIMOS 6 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS
PROPORTION OF CHILDREN BY PROBABILITY OF A BOTHERSOME SITUATION ONLINE IN THE NEXT 6 MONTHS, ACCORDING TO PARENTS' AND LEGAL GUARDIANS' STATEMENT
- 307 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

- 310 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
- 313 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM AS QUAIS TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPES OF ADVERTISING WITH CAME INTO CONTACT IN THE LAST 12 MONTHS, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT
- 316 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PASSARAM POR ALGUMA SITUAÇÃO DE INCÔMODO OU CONSTRANGIMENTO AO TEREM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS
PROPORTION OF CHILDREN WHO EXPERIENCED A BOTHERSOME SITUATION WHEN HAVING CONTACT WITH ADVERTISING, ACCORDING TO THEIR PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT
- 317 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
- 318 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

PREFÁCIO

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) produz anualmente dados e informações estratégicas sobre o acesso e uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC), visando a subsidiar a sociedade com dados confiáveis e atualizados sobre os impactos das TIC e, particularmente, da Internet, na sociedade e na economia. A Internet é hoje um meio importante para o desenvolvimento social e pessoal, bem como para a construção de uma sociedade inclusiva e não discriminatória em benefício de todos. Assim, nosso principal objetivo é contribuir para que se possa desenvolver políticas públicas efetivas e eficazes, além de gerar informações que possam ser utilizadas tanto para o desenvolvimento da Internet no Brasil, quanto para o suporte a pesquisas acadêmicas que contribuam para a construção de conhecimento sobre o tema.

A produção regular de indicadores e estatísticas sobre o avanço dessas tecnologias, com a realização de pesquisas especializadas nos mais distintos setores da sociedade, é parte importante das atribuições do NIC.br desde 2005 e gera insumos relevantes para políticas públicas e pesquisas acadêmicas. Em 2011 foi lançado um programa anual de capacitação, a Semana NIC.br de Metodologia de Pesquisa, com o objetivo de criar um espaço de debate e de treinamento no uso de dados estatísticos envolvendo gestores públicos, acadêmicos e produtores de dados.

A quarta edição da pesquisa TIC Educação e a segunda edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil, que, com muito júbilo, entregamos agora, refletem o momento em que vivemos. Os crescentes efeitos de fenômenos como as redes sociais na Internet e da tendência irreversível à mobilidade no acesso à Internet são incontestáveis. O avanço no uso de dispositivos como *notebooks*, *tablets* e celulares, que passam a fazer parte da vida cotidiana de uma parcela considerável das crianças e adolescentes, bem como dos professores que atuam nos Ensinos Fundamental e Médio, demonstra esse fato. Com a disseminação das redes sociais, se intensifica a discussão sobre as oportunidades e riscos do uso da Internet por parte dos jovens, fazendo emergir novos debates, como é o caso do tema do consumo e a exposição à publicidade na Internet. Esses e outros temas são destaques dessas pesquisas conduzidas pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br).

A leitura dos resultados e análises disponíveis nesta publicação fornecem uma radiografia ampla do acesso e uso das TIC nas escolas brasileiras e por nossas crianças e adolescentes, e também constituem-se em insumo para a discussão de agendas para as políticas públicas que promovam o uso pedagógico das TIC; a capacitação dos professores; o desenvolvimento de competências e habilidades no uso proficiente das novas tecnologias; o uso crítico das tecnologias pelos jovens, e sobretudo; questões ligadas à proteção das crianças e adolescentes *on-line*.

Boa leitura!

Demi Getschko

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

APRESENTAÇÃO

As tecnologias de informação e comunicação (TIC) são o ponto de partida para a construção de uma sociedade da informação. O avanço do acesso a essas tecnologias – sobretudo à Internet, aos dispositivos móveis e a um imenso número de aplicações baseadas nesses dispositivos – traz, ao mesmo tempo, grandes oportunidades e desafios para pais, educadores e gestores públicos.

Medir o acesso e uso dessas tecnologias pelos jovens por meio de dados estatísticos confiáveis é uma atividade estratégica e de fundamental importância para os gestores públicos que estão à frente do debate sobre o uso das TIC na educação, direitos das crianças e adolescentes, liberdade de expressão e proteção das crianças *on-line*.

O debate sobre a medição da sociedade da informação e do conhecimento é um tema relevante para organizações internacionais como a Organização das Nações Unidas (ONU), o Banco Mundial, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e a União Internacional de Telecomunicações (UIT). Essas organizações têm formulado referências metodológicas e indicadores acordados internacionalmente para tornar possível a geração de dados estatísticos relevantes e comparáveis.

No Brasil, a produção de dados estatísticos sobre o acesso e uso das TIC tem sido uma das tarefas do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), que vem oferecendo dados regulares sobre as TIC por meio de pesquisas especializadas em diversos setores da sociedade brasileira. As pesquisas anuais sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras, bem como as questões ligadas ao uso da Internet por crianças e adolescentes – TIC Educação, desde 2010 e TIC Kids Online Brasil, desde 2012 – são realizadas pelo 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). A série histórica produzida por esses dados possibilita acompanhar as mudanças ocorridas no país ao longo do tempo no que diz respeito ao acesso e uso dessas tecnologias nas escolas brasileiras e pelas crianças e adolescentes brasileiros. A pesquisa TIC Educação, em sua quarta edição, acompanha a integração das TIC às práticas pedagógicas de escolas públicas e privadas do Brasil. Já a pesquisa TIC Kids Online Brasil, em sua segunda edição, aborda o comportamento de crianças e adolescentes usuários de Internet, bem com os riscos e oportunidades que envolvem sua presença na rede.

Esta publicação reforça o compromisso do CGI.br com a produção periódica de estatísticas TIC no Brasil, bem como com o fomento de 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.

Virgílio Almeida

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br

INTRODUÇÃO

Estamos vivenciando a emergência de uma sociedade conectada. O cotidiano de cidadãos, governos e organizações depende cada vez mais de aplicações baseadas nas tecnologias de informação e comunicação (TIC) e, sobretudo, das redes de comunicação que as interligam. Segundo Castells e Cardoso (2005), estamos em um processo de transformação estrutural multidimensional associado ao surgimento de um novo paradigma tecnológico com base nas tecnologias de informação e comunicação¹.

A Internet está no epicentro das contínuas e rápidas transformações tecnológicas que estamos vivendo e, na medida em que ela se torna elemento crítico e onipresente na vida social contemporânea, é inevitável que produza impactos significativos de natureza social, cultural, comportamental, econômica e política.

As crianças e adolescentes, por sua vez, vivenciam essas transformações de forma ainda mais intensa. A Internet, os *tablets*, os *smartphones* e as mídias sociais têm transformado de maneira rápida e profunda a forma como jovens se socializam e relacionam-se com o mundo à sua volta. Ao mesmo tempo, têm o potencial de gerar oportunidades para seu desenvolvimento, bem como riscos que merecem ser mitigados.

A Internet, por um lado, representa uma oportunidade para a promoção de direitos fundamentais das crianças e adolescentes, tal como prega a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança. Em especial, os artigos 13 e 17 estabelecem o direito das crianças de acesso à informação por meio de diferentes fontes, incluindo a Internet; enquanto o Artigo 12 reforça o direito da/o criança/adolescente formar seus próprios pontos de vista e ter plena liberdade de expressão – o que sem dúvida é impactado pela emergência das mídias digitais.

Já as situações de risco vividas *on-line* – tais como a exposição da criança ou do adolescente a conteúdos inadequados para a sua idade, como, por exemplo, a pornografia – não necessariamente se convertem em danos para o desenvolvimento da criança ou do adolescente. O comportamento de risco é mais ou menos problemático a depender de aspectos como a faixa etária, o grau de escolaridade e as habilidades para o uso crítico das informações acessadas.

Um elemento fundamental nas questões ligadas ao tema crianças/adolescentes no ambiente *on-line* é o quanto eles podem contar com a mediação de atores como a escola, a família e a sociedade em geral. Isso porque a melhor forma, segundo especialistas, para proteger as crianças dessas situações é por meio do uso mediado por pais, responsáveis e educadores. Além

¹ CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Org.). *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, 2005.

disso, é imprescindível o acompanhamento e participação desses atores sociais no uso que a criança faz da Internet. Com a disseminação de dispositivos móveis, as estratégias baseadas na orientação e educação para o uso seguro se tornam ainda mais importantes, indo além de ações de mediação restritivas, tais como o uso de *software* ou filtros de controle de conteúdo.

Para tanto, o acompanhamento desse cenário requer o desenvolvimento de metodologia adequada, indicadores específicos e pesquisas dedicadas à produção de dados confiáveis, comparáveis internacionalmente e que atendam às necessidades das partes interessadas usuárias desses dados: governo, pesquisadores acadêmicos e sociedade em geral.

No Brasil, a produção de indicadores sobre o acesso e uso das TIC é parte da missão do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), ligado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Realizada desde 2012, a pesquisa TIC Kids Online Brasil tem o objetivo de compreender de que forma a população jovem, na faixa etária entre 9 e 17 anos de idade, utiliza a Internet e como lida com os riscos e as oportunidades decorrentes desse uso. A pesquisa está baseada no referencial metodológico da rede europeia EU Kids Online, liderada pela *London School of Economics*, o que permite a comparabilidade internacional dos resultados obtidos no Brasil.

Além das referências metodológicas internacionais, o Cetic.br adota os códigos de boas práticas de produção de estatísticas de institutos oficiais e tem ampliado continuamente o rigor nas atividades de desenho e seleção da amostra, para tanto, aprimorando os controles e o acompanhamento do trabalho de coleta de dados em campo e refinando todos os procedimentos de processamento e validação dos dados para a melhoria contínua da qualidade dos indicadores, das estatísticas e das análises produzidas.

O planejamento e a condução da pesquisa TIC Kids Online Brasil são acompanhados por um grupo de especialistas, cuja valiosa contribuição tem oferecido legitimidade e ampliado a transparência das escolhas metodológicas realizadas. Renomados pela competência e conhecimento na investigação sobre o acesso e uso das TIC por parte de crianças e adolescentes, esses profissionais, ligados a instituições acadêmicas, a instituições governamentais, a organizações internacionais, do setor não governamental e a institutos de pesquisas, constituem hoje sólidos pilares para a condução da pesquisa.

Em sua segunda edição, a pesquisa TIC Kids Online Brasil permite, pela primeira vez, a análise de mudanças ocorridas nos padrões de uso da Internet em comparação à pesquisa anterior e apresenta dados que possibilitam mapear as formas de uso das TIC e as estratégias de mediação desempenhadas por pais/responsáveis.

A pesquisa revela que o ambiente para acesso à rede mais mencionado é a sala de casa (68%), seguido pelo quarto da/o criança/adolescente (57%). Esse último apresentou um aumento de 31 pontos percentuais em relação ao ano anterior, o que indica um crescimento do uso da Internet em locais em que a criança ou o adolescente encontram maior privacidade. Isso representa, sem dúvida, um desafio para os pais no que se refere à mediação do uso da rede.

Com o aumento do uso da Internet no interior dos domicílios, os centros de acesso pago, como as *lanhouses*, são mencionados em menor proporção, passando de 35%, em 2012, para 22%, em 2013.

A tendência à mobilidade é outro destaque apontado pela pesquisa. O telefone celular é utilizado por pouco mais da metade das crianças e adolescentes para acessar a rede (53%). Em 2012, essa proporção era de 21%. Já o acesso à Internet por meio dos *tablets* cresceu de 2%, em 2012, para 16% em 2013. Os computadores de mesa seguem como os dispositivos mais utilizados por esse público para acessar a Internet: 71%.

Cresceu também o número de crianças e adolescentes presentes nas redes sociais. A pesquisa revela que 79% dos usuários de Internet, entre 9 e 17 anos, possuem perfil em redes sociais – um crescimento de 9 pontos percentuais em relação a 2012. Entre os usuários de Internet de 9 a 17 anos, 77% indicam o Facebook como a rede social mais utilizada. Já o Orkut, que era a principal rede social para 27% das crianças e adolescentes em 2012, foi citado como rede mais usada por apenas 1% dos jovens em 2013. Em relação às atividades realizadas, destacam-se: pesquisa para trabalho escolar (87%), assistir a vídeos (68%) e baixar músicas ou filmes (50%).

No que diz respeito às habilidades para o uso da Internet, a pesquisa aponta que 58% dos usuários de Internet entre 11 e 17 anos declararam saber mudar as configurações de privacidade em perfis de redes sociais. Adicionalmente, 42% dos usuários de Internet na mesma faixa etária afirmaram saber comparar diferentes *sites* na *web* para saber se as informações são verdadeiras.

Em relação a situações de risco vividas *on-line*, 38% das crianças e dos adolescentes entre 11 e 17 anos de idade adicionaram pessoas que nunca conheceram pessoalmente às suas listas de amigos ou contatos nas redes sociais. As faixas de idade mais altas reportam mais atividades de risco potencial em relação aos mais novos.

Entre as atividades de mediação dos pais e responsáveis, a conversa sobre o que os filhos fazem na Internet é a ação mais citada (81%). Já 43% dos pais e responsáveis afirmam realizar atividades junto com os filhos na rede. Quando questionados sobre os riscos, apenas 8% dos pais e responsáveis acreditam que seu filho tenha passado por alguma situação de incômodo ou constrangimento na Internet – percentual semelhante ao verificado em 2012 (6%).

Além de acompanhar o desenvolvimento dos indicadores investigados desde 2012, a nova edição da pesquisa também apresenta resultados inéditos sobre um tema que tem chamado a atenção de especialistas na área: a exposição a conteúdos de publicidade dirigidos a crianças e adolescentes. Os resultados assinalam que 61% dos adolescentes usuários de Internet com idades entre 11 e 17 anos declararam ter visto publicidade nas redes sociais, enquanto 30% o fizeram em *sites* de jogos na Internet. A interação com a publicidade *on-line* mostrou-se significativa. Entre as crianças e os adolescentes de 11 a 17 anos que possuem perfil em rede social, 57% afirmam ter “curtido”, 36% “compartilhado”, 21% “descurtido” e 20% “bloqueado” alguma propaganda ou publicidade com a qual tiveram contato em redes sociais.

Nesta publicação, o leitor encontrará, no relatório metodológico, as melhorias implementadas em 2013 quanto ao desenho da amostra e aos procedimentos de coleta de dados em campo. Em 2013 também foram realizados ajustes nos questionários da pesquisa, assim, visando ao refinamento dos instrumentos de coleta de dados.

A publicação da TIC Kids Online Brasil 2013 está estruturada da seguinte forma:

Parte 1 (artigos) – Apresenta textos escritos por especialistas acadêmicos, representantes do governo e de organizações internacionais que abordam aspectos de grande importância para o debate sobre o uso da Internet por crianças/adolescentes, tais como privacidade; a exposição à comunicação mercadológica; o uso de dispositivos móveis; o papel das redes sociais *on-line*

e a influência dos estratos socioeconômicos nos padrões de uso da rede. Os artigos também debatem implicações para as políticas públicas, tratando de temas como a regulação de conteúdos na Internet; os impactos da Internet entre os adolescentes; e recomendações para pais, professores e formuladores de políticas públicas.

Parte 2 – Apresenta o relatório metodológico, que inclui a descrição do desenho amostral aplicado na pesquisa (bem como dos aprimoramentos metodológicos realizados em 2013) e a análise dos principais resultados, que identifica as tendências mais relevantes observadas no acesso às TIC e uso delas por criança/adolescentes e as estratégias de mediação citadas por pais/responsáveis.

Parte 3 (tabelas da TIC Kids Online Brasil): Apresenta as tabelas de resultados, contendo todos indicadores selecionados para crianças/adolescentes e pais/responsáveis, permitindo a leitura por variáveis de cruzamento.

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

Todo o esforço empregado na produção das pesquisas do CGI.br tem como principal objetivo produzir dados confiáveis e relevantes para os nossos leitores. Esperamos que os dados e análises desta edição sejam amplamente utilizados pelos 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

DIÁLOGO, CONFIGURAÇÕES DE PRIVACIDADE E COMPARTILHAMENTO: AJA, NÃO SEJA SÓ UM ESPECTADOR

Drica Guzzi¹

Milhões de fotos publicadas, de meninas e meninos, juntos ou sozinhos. Caretas, beicinhos, olhares, sorrisos, poses de vários ângulos, com certos tipos de roupa, penteados, unhas coloridas, acessórios etc. A *selfie*, o autorretrato feito pelo celular, faz parte de uma rotina entre os jovens “descolados” (e entre os não tão jovens também) que frequentam, todos os dias, incontáveis vezes, redes sociais de compartilhamento, como o Facebook e o Instagram². Cada “gostei” ou “like” é aguardado ansiosamente por milhões, pois se trata de um elogio, por meio do qual é possível se sentir aceito pelos amigos, conhecer amigos de amigos, iniciar uma paquera, receber um sinal de alguém específico.

Assim, aliado ao intenso uso da Internet, a *selfie*³ se destaca hoje como fenômeno de comunicação em massa. Basta verificar que, de 2012 para 2013, o uso da palavra *selfie* (em inglês) aumentou em 17 mil por cento, e a *hashtag* *#selfie* acompanha mais de 58 milhões de fotos na rede Instagram.

Segundo alguns dados divulgados no final de 2013, obtidos de entrevistas realizadas pela ONG Safernet e pela empresa GVT, com quase 3 mil jovens brasileiros de 9 a 23 anos, 62% dos respondentes se conectavam todos os dias e 80%, ao acessar a Internet, tinham como principal objetivo as redes sociais⁴.

¹ Mestre e doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Pesquisadora do Núcleo das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas à Educação – Escola do Futuro, na Universidade de São Paulo (USP). Autora do livro *Web e Participação: a democracia do século XXI*, publicado pela Editora Senac e premiado em terceiro lugar pelo Prêmio Jabuti 2011.

² Instagram é um aplicativo gratuito que permite aos usuários fazerem fotografias, aplicar-lhes filtros e compartilhá-las não só na rede Instagram, mas também no Twitter, Facebook e outras, pelos sistemas de telefonia móvel tanto da Apple, Android e Windows Phone. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Instagram>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

³ “Selfie’ é escolhida a palavra do ano” (artigo). Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/11/131119_selfie_oxford_fn.shtml>. Acesso em: 10 mar. 2014.

⁴ Pesquisa realizada pela ONG Safernet em parceria com a operadora de telecomunicações GVT, conforme o *site* Pública. Disponível em <<http://www.apublica.org/2013/12/como-um-sonho-ruim-adolescentes-sofrem-ciberbullying-suicidio>>. Acesso em: 15 mar. 2014.

Mas, do mesmo modo que os amigos (pares) podem “curtir” massivamente as fotos, podem também surgir solicitações de amizade através do “gostei” ou “like” não exatamente com a finalidade de iniciar uma amizade, de se estar perto de quem se gosta, mas para manifestar intolerâncias por determinadas características ou escolhas pessoais, sejam físicas, raciais, intelectuais ou sexuais. Isso faz com que alguns jovens imaturos ou fragilizados emocionalmente sejam presas fáceis para o *cyberbullying*⁵, uma das maiores preocupações em termos de riscos, violência e danos a crianças e adolescentes *on-line*.

No Brasil, em 2012, houve dois casos de suicídio de adolescentes, amplamente abordados pela mídia, devido a constrangimentos sofridos por meio de *posts* compartilhados anonimamente, Giana e Júlia: a primeira, do interior do Rio Grande do Sul e a segunda, de Parnaíba, no litoral do Piauí. A descrição que os amigos e familiares faziam das garotas coincidia com as fotos que elas publicavam, parecendo alegres e extrovertidas. Mas, infelizmente, ambas acabaram se suicidando por enforcamento, no espaço de apenas quatro dias, em novembro de 2012, ao verem fotos de sua intimidade compartilhadas maliciosamente na Internet. As duas, inclusive, deixaram mensagens de adeus aos familiares em suas páginas das redes sociais.

As histórias com fim trágico das duas adolescentes trazem à tona o conceito de *revenge porn*, um termo em inglês cuja tradução para o português seria “revanche pornô”, referindo-se à divulgação de fotos e vídeos íntimos sem o consentimento da pessoa exposta, geralmente por um homem – namorado ou um parceiro ocasional – como uma vingança machista por um rompimento ou traição. No caso de Giana, segundo o irmão, quem espalhou a foto da garota mostrando os seios teria sido um colega de escola que agiu por vingança quando ela começou a namorar outro rapaz.

Do ponto de vista desse tipo de risco, tradicionalmente, as meninas sentem-se bem mais do que constrangidas perante seus amigos quando vídeos ou fotos suas são publicados maliciosamente na rede e acabam, muitas vezes, sentindo-se impotentes, fragilizadas, humilhadas ou mesmo entram em pânico, sem condições de encarar os familiares.

Parece que uma parcela dos rapazes curte procurar na Internet imagens de personagens de situações reais, como as das meninas, como se fosse uma brincadeira. Além disso, fotografar ou filmar a si próprio em momentos de intimidade e transmitir as imagens por celular, uma espécie de modismo que nasceu nos Estados Unidos, denominado *sexting* – neologismo que une *sex* (sexo) e *texting* (troca de mensagem de texto pelo telefone) – em pouco tempo se tornou uma mania que se espalhou como um vírus⁶.

Nesse sentido, sabemos que precauções no âmbito da segurança e privacidade dizem respeito a orientações direcionadas para as possibilidades de publicações em rede, ainda que os riscos inerentes à moral sexual existissem antes da Internet, como o *bullying*.

⁵ *Cyberbullying* é uma prática que envolve o uso de TIC para dar apoio a comportamentos deliberados, repetidos e hostis praticados por um indivíduo ou grupo com a intenção de prejudicar o outro. Atualmente legislações e campanhas de sensibilização têm surgido para combatê-lo. Disponível em <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Cyberbullying>>. Acesso em: 23 jul. 2014.

⁶ Artigo: *Saiba quais os riscos do sexting*. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI66866-15228_SAIBA+QUAIS+OS+RISCOS+DO+SEXTING.html>. Acesso em: 31 mar. 2014.

Cristina Ponte (2014), coordenadora de equipe de Portugal da EU Kids Online, indica que um quinto das crianças da amostragem europeia mostra-se muito mais incomodada com agressões dos seus pares do que quando contatadas por estranhos. Elas sabem que a possibilidade dessas agressões virem pelas redes sociais é muito grande, pelo fato de este ser um espaço de intensa exposição. Do mesmo modo, a pressão social de seus amigos em cima do “gostei” ou “like” é muito grande: é como se alguém que não “curtisse” o *post* de uma foto ou música estivesse dizendo que não faz questão de sua amizade, exemplifica Cristina.

Se, para um adulto, perder um dos amigos do Facebook não faz diferença, para uma criança pode ser bem difícil, já que para ela é uma exposição social em uma fase de desenvolvimento da subjetividade durante a qual quer se sentir mais segura, sem críticas ou comparações que afetem minimamente sua popularidade.

MAIS CRIANÇAS BRASILEIRAS DO QUE EUROPEIAS NAS REDES SOCIAIS

O estudo comparativo entre as pesquisas EU Kids Online, da Europa, e TIC Kids Online Brasil revela uma situação de vulnerabilidade maior das crianças brasileiras em relação às europeias, o que pode ser analisado a partir de alguns dados (BARBOSA *et al.*, 2013). Por exemplo, mais de dois terços das crianças entrevistadas na pesquisa brasileira de 2012 (de 68% a 78%, variando em relação à condição socioeconômica familiar) com experiências *on-line* acreditam saber mais sobre Internet do que seus pais ou responsáveis. Além disso, desse montante, o estudo indica que mais da metade dessas crianças (53%) relataram que pais e responsáveis não usam a Internet, ao passo que, na Europa, apenas 28% a 46% das crianças responderam saber mais do que os pais sobre a Internet.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012 também mostra que crianças que começaram a usar a Internet com idades abaixo dos 10 anos representam 44% dos respondentes, e cerca de um terço (31%) começaram a usar o ambiente *on-line* com 11 ou mais anos. Essas diferenças são particularmente evidentes por classe social: entre as crianças/adolescentes das classes AB 18% começaram a usar a Internet depois dos 11 anos, percentual que é de 32% na classe C e chega a quase metade das crianças/adolescentes nas classes DE (47%) – o que evidencia a desigualdade dos pontos de partida para a conexão dos jovens brasileiros (CGI.br, 2013).

A TIC Domicílios 2012, também, indicou que, além do Brasil ser um país com grandes disparidades regionais (distribuição geográfica), fatores como renda e nível de instrução influenciam muito quanto ao acesso à Internet. Por exemplo, apenas 7% dos domicílios com renda familiar menor do que um salário mínimo tem Internet em casa, contra 91% daqueles com renda de mais de 10 salários mínimos (CGI.br, 2013).

Do total dos usuários de Internet entrevistados pela TIC Kids Online 2012, com idade entre 9 e 16 anos, 60% acessaram a rede de suas casas, ao passo que, na Europa, o índice foi de 87%; 42% acessaram das escolas, no Brasil, e 63%, na Europa. Os índices de pessoas que acessaram das casas de parentes ou amigos estiveram próximos (38% e 42%, respectivamente). Entretanto, enquanto apenas 12% dos europeus acessaram de *cybercafés* e *lanhouses*, no Brasil, a porcentagem atingiu 35%. Nesse contexto, esses locais públicos são particularmente relevantes para o acesso tanto da população de baixa renda quanto dos que residem em zonas rurais.

Outro dado comparativo relevante entre as pesquisas é que os índices dos dois grupos praticamente se equivalem no que diz respeito as atividades realizadas na Internet no mês anterior a pesquisa, sendo o uso da rede para realizar trabalho escolar a atividade mais citada (85% na Europa e 82% no Brasil). Entretanto, quando se trata de investimentos afetivos na rede, nota-se que os brasileiros visitaram mais perfis e páginas de redes sociais que os europeus (68% e 62%), ao passo que os europeus preferiram bem mais *games* para jogar sozinhos ou com amigos (83% e 54%). Por gênero, observa-se que, para ambos os sexos, o Brasil está à frente quando se trata de atividades nas redes sociais: 71% de meninas no Brasil e 60% na Europa; 69% e 58% dos meninos, respectivamente.

Esses são alguns dados que poderiam demonstrar, de modo contextualizado, que crianças de países tradicionalmente com menos recursos socioeconômicos e culturais, como é o caso do Brasil em relação aos países europeus, embora com uma população ativa e crescentemente conectada, estariam consideravelmente mais expostas a riscos do que crianças da Europa. O índice relativamente alto de crianças brasileiras com acesso à Internet via *lanhouses* possivelmente explica o receio, declarado por 7% dos brasileiros, de terem seus perfis invadidos através de senhas *hackedas*, contra apenas 2% dos europeus, e o índice de 10% dos brasileiros temerem receber ofensas que prejudiquem sua reputação, contra 2% dos europeus. Além disso, não se pode deixar de mencionar que 8% dos brasileiros temem receber conteúdos intimidatórios (*scary*), enquanto apenas 3% dos europeus têm essa preocupação.

O fato ainda de o Brasil estar entre os três países com maior número de perfis de usuários cadastrados no Facebook, atualmente a maior rede social de compartilhamento, pode se constituir também um indício de maior vulnerabilidade das crianças brasileiras aos riscos das atividades *on-line*. Afinal, desde muito novas aprendem a burlar os limites impostos para o cadastramento nesse e em outros *sites* de relacionamento, sem que para isso precisem declarar seus dados pessoais com precisão, sobretudo a idade. Esse seria um fator de risco importante para as crianças brasileiras, visto que começam mais cedo a embrenhar-se na complexidade de uma rede como o Facebook, haja vista que, entre as crianças usuárias de Internet de 9 a 10 anos de idade entrevistadas, 43% declararam ter perfil naquela rede, embora a idade oficial permitida seja de 13 anos.

Mas convém lembrar que a conexão com redes de compartilhamento como o Facebook é apenas um dos riscos apresentados. É incontestável que as conexões com quaisquer *sites* sociais – buscas, notícias, vídeos etc. –, que fazem parte do universo cotidiano da maioria das pessoas no mundo, devam ser motivo para a análise de algumas circunstâncias que possam causar riscos e danos a crianças e adolescentes.

Pode-se inferir que os riscos de invasão à segurança e à privacidade atingem a todas as pessoas no mundo, independentemente de classes sociais, gênero e idade. Não se pode esquecer que usuários e mesmo programadores experientes em recursos tecnológicos cercam-se de medidas preventivas, pois não estão imunes a riscos e danos a sua reputação, por exemplo, precisando permanentemente estar atentos para o fato de eles existirem desde que a *web* foi inaugurada, há 25 anos, e, provavelmente, sempre existirão, seja de forma aparente ou mais sutil.

FERRAMENTAS E MECANISMOS DE APOIO ÚTEIS NA PREVENÇÃO DE RISCOS A CRIANÇAS E ADOLESCENTES *ON-LINE*

Há algumas ferramentas simples de serem consultadas e aplicadas para garantir a segurança das crianças na rede, sem que para isso seja preciso grande experiência em navegação. O *site* <<http://www.google.com.br/safetycenter>> é um bom exemplo para uma orientação familiar, com dicas simples, em linguagem fácil, e bastante úteis para todos os que convivem com crianças. Por exemplo: como ativar o modo de segurança dos vídeos do YouTube; como supervisionar, permitir ou bloquear determinados *sites* e gerenciar quais *sites* cada membro da família pode visualizar; como, ao ativar o SafeSearch, é possível filtrar a maior parte do conteúdo adulto; como limitar o acesso apenas aos aplicativos e jogos aprovados nos celulares ou *tablets* pelo sistema Android.

Por sua vez, a ONG SaferNet, além de ministrar cursos e promover campanhas de prevenção de riscos na Internet, recebe denúncias que envolvam páginas suspeitas de aliciamento sexual infantil ou divulgação de imagens íntimas de crianças e adolescentes. A entidade, ao receber denúncias a partir da Central de Denúncia da Safernet Brasil: <<http://www.denuncie.org.br>>, opera formalmente com a Polícia Federal, o Ministério Público e a Secretaria dos Direitos Humanos da Presidência da República nas investigações, garantindo o anonimato do denunciante⁷.

Não obstante, pesquisas como a TIC Kids Online Brasil vêm apresentando, com clareza, uma das grandes questões mundiais colocadas em pauta hoje por educadores, governantes e gestores de políticas públicas, pesquisadores e grande parcela de cidadãos da sociedade civil e que constitui um desafio a ser encarado de maneira sempre urgente: minimizar situações constrangedoras e de risco a crianças e adolescentes em um cenário em que as facilidades tecnológicas *on-line* surgem precocemente e com pouca ou nenhuma orientação de adultos.

Evidentemente as crianças desde cedo podem ser orientadas por adultos ou professores a respeito da importância do bloqueio de *e-mails* indesejados, definições de privacidade, *sites* favoritos, publicações, etc. E é claro também que uma criança de 9 anos tem menor competência do que uma de 11 anos para realizar essas tarefas livremente. Assim como um jovem de 11, 12 ou 13 anos está menos pronto para responder a uma agressão de algum “amigo” que conheceu no Facebook, que o chama de baixinho, gorducho, feio, fedido, no caso de um menino, e, no caso da menina, de vadia, rodada, feia etc., do que jovens com 16, 17 ou 18 anos.

Entretanto essas questões de segurança e privacidade nas navegações em rede não se restringem apenas a camadas da população com maior ou menor instrução ou renda, e sim a todo o conjunto de pessoas – inclusive os adultos – que são usuários da Internet, que habitam, compartilham, inovam, em termos de conteúdo ou design nos diversos modos

⁷ Para mais informações sobre o tema do abuso sexual, é possível orientação através do contato com a equipe da SaferNet Brasil, pelo *site* <<http://www.helpline.org.br> / <http://www.canaldeaajuda.org.br>>.

de comunicação em rede, constituindo o que Pierre Lévy denomina, de maneira bem apropriada, de inteligência coletiva⁸ em rede.

O uso da Internet pelas crianças merece atenção e ações intensivas que levem em conta o envolvimento e a capacitação de pais (ou responsáveis), educadores, gestores de programas, programadores e *designers* de *software* brasileiros, tanto em relação a políticas públicas quanto a iniciativas privadas, no contexto de elaboração de regras próprias e urgentes para otimizar atividades *on-line* com segurança e que reduzam riscos de um ponto de vista ético, ou seja, sem restringir os jovens de usufruir dos benefícios em rede para a sua formação.

Não sabemos quais inovações tecnológicas ainda virão. Hoje, há salas de cinemas com cadeiras que vibram conforme os movimentos e emoções que se passam na tela, jogos que funcionam apenas com o balançar do corpo, *sites* com indução de sabores e aromas, crianças muito novas que, ao usarem com desenvoltura os *tablets*, não mais convivem com teclados ou *mouses*.

Em outro artigo relacionado à pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012, tratamos de como riscos e oportunidades andarem de mãos dadas (GUZZI, 2012). Ao analisarmos a situação de vulnerabilidade que a presença das crianças na rede pode acarretar, temos claro que as percepções que elas têm de riscos e situações de constrangimento *on-line* podem ser bastante diferentes daquelas apresentadas pelos adultos. Muitas vezes, o que os adultos veem como situações problemáticas não necessariamente corresponde à realidade da experiência da criança *on-line*.

Sendo assim, proibições sem sentido ou arbitrárias muitas vezes atrapalham o desenvolvimento da capacidade de autorregulação da criança, deixando-a insegura e mais vulnerável em sua capacidade de discernimento do que poderia se constituir um apoio, assim como a torna pouco crítica em casos de constrangimentos, intimidações ou riscos.

Trata-se de pensar os recursos tecnológicos que temos hoje como aliados, o que inclui uma interatividade precoce com as ferramentas *on-line* e o discernimento do que contribui e não contribui para a formação dos jovens com todo o leque de possibilidades que as tecnologias podem proporcionar em termos de desenvolvimento humano e de cidadania.

Para que se tenha a visão da Internet como menos “perigosa”, talvez, seja importante investir em formas de prevenção através de cursos específicos a distância, desenvolvimento de *software* e aplicativos seguros, campanhas mundiais e outros investimentos, além da permanente conversa com filhos e amigos e trocas de experiência entre pais, professores e educadores, em que se possa encontrar modelos, reconhecimento, colaboradores coparticipantes na jornada do crescimento da era digital.

⁸ Pierre Lévy aborda a questão da inteligência coletiva no sentido em que todos, em suas individualidades, possuem conhecimentos e inteligência. A inteligência coletiva refere-se a um tipo de inteligência compartilhada que surge da colaboração de muitos indivíduos em suas diversidades. É uma inteligência distribuída por toda parte, na qual todo o saber está na humanidade, já que, ninguém sabe tudo, porém todos sabem alguma coisa. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Inteligência_coletiva>. Acesso em: 14 abr 2014.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, A. *et al.* Risks and safety on the internet. Comparing Brazilian and European results. Londres: LSE, 2013. Disponível em: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Brazil-report-21nov-final.pdf>>. Acesso em: 06 jul. 2014.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Dimensões e características da web brasileira: um estudo do gov.br*. São Paulo: CGI.br, 2010. Disponível em: <<http://www.cgi.br/publicacoes/pesquisas/govbr/cgibr-nicbr-censoweb-govbr-2010.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2014
- _____. TIC Domicílios e Empresas 2011. São Paulo: CGI.br, 2012. Disponível em: <<http://op.ceptro.br/cgi-bin/cetic/tic-domicilios-e-empresas-2011.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2014.
- _____. TIC Kids Brasil Online 2012. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil. São Paulo: CGI.br, 2012. Disponível em: <<http://www.cetic.br/publicacoes/2012/tic-kids-online-2012.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2014.
- COSTA, R. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. *Interface – Comunicação, Saúde, Educação*, v. 9, n. 17, p. 235-48, mar./ago. 2005.
- GIARDELLI, G. *Você é o que você compartilha*. São Paulo: Gente, 2012.
- GORDON, D. *Formigas em ação. Como se organiza uma sociedade de insetos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- GUZZI, D. *Web e Participação: a democracia no século XXI*. São Paulo: Senac, 2010.
- _____. *Para desvendar as novas formas de fazer política. Outras Palavras*. 2012a. Disponível em: <<http://www.outraspalavras.net/2012/10/04/para-desvendar-as-novas-formas-de-politica/>>. Acesso em: 01 mar. 2014
- _____. Desafio das políticas públicas: riscos e oportunidades andam de mãos dadas. In: TIC Kids Online Brasil 2012. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil*. São Paulo: Cetic.br, 2012b. p. 37-45.
- ITO, M. *et al.* *Vivendo e aprendendo com os novos meios de comunicação: resumo das descobertas do Projeto Juventude Digital*. Illinois (EUA): The MacArthur Foundation, 2008.
- LATOURET, B. *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Nova Iorque: Oxford University Press, 2005.
- _____. *Jamais fomos modernos*. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 2008.
- LIVINGSTONE, S.; ÓLAFSSON, K.; STAKSRUD, E. *Social networking, age and privacy*. Londres, 2011. Disponível em: <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20Online%20reports.aspx>>. Acesso em: 01 mar. 2014.
- PASSARELLI, B. *Interfaces digitais na educação*. São Paulo: Escola do Futuro da USP, 2007.
- PASSARELLI, B.; AZEVEDO, José (Orgs.). *Atores em rede: olhares lusobrasileiros*. São Paulo: Editora Senac, 2010.
- PASSARELLI, B. *et al.* *Ponline 2009*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Núcleo de Pesquisa das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas à Educação – Escola do Futuro, Observatório da Cultura Digital, 2009.
- PONTE, C. Kids Online na Europa e no Brasil. Desafios para a pesquisa comparada sobre as práticas de crianças e adolescentes na Internet. *Revista comunicação, mídia e consumo*, São Paulo: ESPM, 2012. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/310/pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2014.

_____. *Crianças e os perigos da Net: para além da violência, o medo de perder os amigos*. Disponível em: <<http://www.iol.pt/push/iol-push---tecnologia/internet-segura-criancas-perigos-internet-riscos-internet-redes-sociais-facebook/1416753-6186.html>>. Acesso em: 12 abr 2014

PUBLICA. *Como um sonho ruim*. Disponível em: <<http://www.apublica.org/2013/12/6191/>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

SHIRKY, C. *Lá vem todo mundo. O poder de organizar sem organizações*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

A COMPLEMENTARIDADE ENTRE OS CANAIS INFANTIS, SEUS SITES E PERFIS EM REDES SOCIAIS: UMA NOVA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA¹ VOLTADA ÀS CRIANÇAS

Isabella Henriques² e Renato Godoy de Toledo³

A ampliação do acesso à Internet no Brasil é acompanhada por um processo de crescimento do número de lares que possuem TV por assinatura. A aquisição maciça de pacotes com Internet, telefone e canais por assinatura torna ainda mais premente a adoção de uma estratégia de convergência digital pelas empresas televisivas.

Em parte, esse quadro é um dos reflexos do fenômeno de ascensão de milhões de brasileiros à chamada classe C – ou, em uma definição mais controversa, a “nova classe média”. Sem dúvida, a quase universalização do acesso a bens de consumo duráveis é um avanço para a sociedade brasileira. Mas um movimento de ascensão social cujo principal motor é o consumo torna o cuidado com a exposição da criança a estímulos consumistas ainda mais necessário.

Dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) relatam um crescimento do número de domicílios com televisão por assinatura, que chegou a 16,9 milhões no primeiro semestre de 2013.⁴ O que antes era apenas um entretenimento exclusivo dos estratos com maior renda familiar passou a se difundir ao largo da pirâmide social brasileira.

Muitos desses pacotes incluem canais infantis como o Cartoon Network, Nickelodeon, Disney Channel e Discovery Kids, para citar os de maior audiência. Os planos mais econômicos de TV por assinatura já oferecem os canais infantis. Eles apostam na estratégia de complementaridade entre a mídia televisiva e as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). No aspecto da comunicação mercadológica direcionada a crianças, não é diferente: está presente de forma avassaladora em ambos os ambientes, chamando crianças ao consumo de produtos e serviços

¹ Para os presentes fins, o termo “comunicação mercadológica” está sendo utilizado de forma a compreender toda e qualquer atividade de comunicação comercial para a divulgação de produtos e serviços independentemente do suporte ou do meio utilizado. Além de anúncios impressos, comerciais televisivos, *spots* de rádio e banners na Internet, podem ser citados, como exemplos: embalagens, promoções, *merchandising*, disposição de produtos nos pontos de vendas, etc.

² Advogada, Mestre em Direito das Relações Sociais – Direitos Difusos e Coletivos – pela PUC/SP, é diretora do Instituto Alana, onde também realiza a coordenação geral do Projeto Criança e Consumo.

³ Sociólogo, jornalista e pesquisador do Instituto Alana.

⁴ Fonte: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=30031>

diversos, sem qualquer pudor ou preocupação com o fato de que, até os 12 anos, elas ainda não possuem recursos suficientes para responder a tais estímulos de forma eminentemente crítica.

Os programas infantis, sobretudo dos canais a cabo voltados às crianças, convidam constantemente o usuário a acessar seus sites na Internet. O principal chamariz, segundo o estudo *Internet e consumo infantil: qual a real influência da Internet no poder de escolha da geração “pós-google”?*, preparado pela empresa Millward Brown em 2010 são os jogos *on-line*. “Assim que termina o desenho do Ben 10 eu corro para a Internet para jogar os joguinhos”, revelou uma criança entrevistada pelo estudo (SOUZA; AGNELLI, 2010).

Muitos desses personagens, como o supracitado, também são licenciados e estampam embalagens de produtos ou são vendidos como bonecos – por sua vez, anunciados nos intervalos desses canais – em uma complexa estratégia mercadológica voltada ao público infantil e presente desde as mídias até as prateleiras dos estabelecimentos comerciais.

Também é exemplo da complementaridade entre as diferentes mídias a disseminação de *fanpages* de desenhos animados e canais infantis a cabo em redes sociais, notadamente no Facebook, atualmente a maior rede social do mundo, com 76 milhões de usuários no Brasil⁵.

Nos estratos mais jovens da população, o número de usuários do Facebook continua crescendo no país. Pesquisa da empresa comScore divulgada em janeiro de 2014 aponta que o número de crianças e adolescentes na rede social aumentou 118% entre 2012 e 2013, ou seja, de 4,3 milhões para 9,4 milhões. Segundo o levantamento, esses usuários passam mais de 18 horas mensais conectados à rede social.

Na pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012 a alternativa “visitou um perfil/página de uma rede social, como Orkut e Facebook” (CGI.br, 2013) foi a segunda mais relevante entre crianças e adolescentes usuários de Internet de 9 a 16 anos (68%) no indicador de atividade, opção precedida apenas por “usou a Internet para trabalho escolar” (82%).

A pesquisa apontou também que, entre os jovens usuários de Internet, 70% possuem perfil em alguma rede social. Ao olharmos apenas para a infância, com base nos diplomas jurídicos brasileiros⁶, isto é, indivíduos de até 12 anos, o levantamento aponta que 42% das crianças entre 9 e 10 anos possuem um perfil próprio em rede social. Na faixa entre 11 e 12 anos, o número sobe para 71%.

Já no indicador de frequência, a alternativa “visitou um perfil/página de uma rede social, como Orkut e Facebook” ficou em primeiro lugar, ao lado de “usou mensagens instantâneas com amigos ou contatos, como no MSN”.

Dos usuários ouvidos pela pesquisa que declararam acessar perfis em redes sociais, 53% disseram fazê-lo “todos os dias ou quase todos os dias”; 35%, “uma ou duas vezes por semana”; e 12%, “uma ou duas vezes por mês”.

⁵ Fonte: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/08/1326267-brasil-chega-a-76-milhoes-de-usuarios-no-facebook-mais-da-metade-acessa-do-celular.shtml>>.

⁶ Para a Constituição Federal, o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto da Criança e do Adolescente, criança é o indivíduo de até 12 anos.

O Facebook, teoricamente, só aceita usuários de ao menos 13 anos de idade. Porém nada impede um usuário de até 12 anos de informar uma idade que não é a sua e se cadastrar na rede social.

Dados da pesquisa TIC Kids Online 2012 sugerem que essa prática é bastante comum: apenas 27% dos usuários de 9 a 16 anos entrevistados declararam informar corretamente sua idade nas redes sociais. A maioria absoluta (57%) afirmou optar por colocar uma idade que não é a sua idade verdadeira.

No Facebook, há *fanpages* de programas e canais infantis com linguagem claramente voltada às crianças. A novela *Carrossel* do SBT, por exemplo, conta com mais de 1,2 milhão de “curtidas”.

O canal infantil Cartoon Network tem a maior audiência infantil da TV paga. Sob a plataforma multidigital denominada *On Air, On Line and Mobile*, a empresa divulgou, em fevereiro de 2013, que teve 20 milhões de acessos ao seu *site*. No Facebook, o Cartoon Network tem 1,2 milhão de seguidores.

Fazendo jus a essa proposta de convergência entre TV, Internet e celular, o *site* do Cartoon tem ampla variedade de jogos com os personagens de seus programas, bem como a grade atual do canal e uma variedade de anúncios de brinquedos e aplicativos para *smartphones*.

Com um público alvo mais amplo, que abrange também adolescentes de até 16 anos, o canal Nickelodeon, com seus 21 milhões de seguidores no Facebook, também deixa clara a sua investida em direção à complementaridade entre mídias. No *site* do canal, há ícones para os seus perfis no Facebook, Twitter e Google+.

CONSUMISMO

Um dos reflexos da alta exposição de crianças às mídias é o estímulo ao consumismo. Os dados da pesquisa TIC Kids Online 2012 apontam que os filhos declaram saber mais sobre Internet do que os pais ou responsáveis. As crianças já exercem alta influência na compra dos pais: em 80% das decisões de compra, segundo o Instituto Interscience (2003).

Nas questões relativas à Internet, em função do protagonismo infantil no tocante a essa mídia, o poder de persuasão das crianças também é grande. Segundo o estudo encomendado pela Viacom Networks multinacional das telecomunicações e proprietária do canal Nickelodeon, as crianças exercem forte influência sobre a decisão de compras ligadas a TIC⁷. A pesquisa realizada em 11 países mostra que as crianças influenciam em 44% das compras de celular, 39% nas de TV, 38% nas de computadores e 28% nas de provedores de Internet.

As mães ouvidas por esse estudo apontam a Internet como a terceira maior mídia a influenciar as crianças em seus pedidos de presentes (11%). A televisão continua sendo o veículo de maior influência (42%), seguida pelas lojas de rua/*shoppings* (33%).

⁷ Fonte: <<http://www.revistapontocom.org.br/edicoes-antiores-de-materias/quem-manda-la-em-casa-as-criancas>>.

IMPACTOS

Esse processo de convergência digital pode ser observado segundo o conceito de Narrativa Transmidiática do pesquisador do MIT Henry Jenkins, que “se desenrola por meio de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida para a televisão, romances e quadrinhos” (JENKINS, 2008).

Sob esse arcabouço teórico, pode se inferir que a ação em rede nas diferentes plataformas que as emissoras detêm objetiva cativar um público infantil fiel, que diariamente está em contato com suas marcas – em qualquer uma de suas mídias – e, na maioria das vezes, sem a mediação dos pais e responsáveis ou da sociedade.

Assim, a Internet hoje é vista com grande potencial pelos anunciantes e redes de televisão para direcionar sua publicidade às crianças. Nesse aspecto, é utilizada por grupos de comunicação como uma das ferramentas de irradiação das mensagens de uma corporação racionalmente centralizada, de gestão vertical e cuja ação é relacionada a fins mercadológicos. E o planejamento para o alcance desses fins ainda passa pela ideia da televisão como eixo central, irradiador, mesmo que as ações sejam estruturadas em rede.

Assim, até mesmo na Internet, talvez, o meio onde uma polifonia em forma de rede seja mais clarividente, as crianças permanecem, sim, sendo influenciadas por um emissor poderoso: a televisão.

Este veículo ainda desponta como plataforma a partir da qual as empresas de comunicações traçam seu plano de otimizar sua audiência e sua credibilidade junto ao mercado anunciante.

Não se nega aqui a condição da criança como agente independente e produtor de conteúdo nem se busca afirmar que o indivíduo de até 12 anos é um mero receptor – tal como na teoria hipodérmica, em que a comunicação é unidirecional e as mensagens da mídia são assimiladas completamente pelo indivíduo, sem qualquer resistência.

É sabido que de 68% a 78% das crianças, variando ao longo do espectro socioeconômico, consideram que sabem mais de Internet do que seus próprios pais (BARBOSA *et al.*, 2013). A destreza de jovens e crianças no uso da Internet, porém não pode ser confundida com total discernimento e capacidade de agir racionalmente diante de estímulos de consumo. A condição de vulnerabilidade em relação à publicidade continua presente na Internet; essa é uma circunstância peculiar e inerente à infância. Por mais que a criança domine muito bem a tecnologia e muitas vezes use os aparatos tecnológicos até mesmo com mais facilidade do que os adultos, isso não significa que está apta a compreender o conteúdo contido nas mídias e, mais especificamente, a publicidade e seu caráter persuasivo.

Na esfera virtual, tal como nas demais, há uma ausência de normas específicas para a comunicação mercadológica direcionada ao público infantil – embora, com base em uma leitura sistemática da Constituição Federal (artigo 227), do Código de Defesa do Consumidor (artigo 37) e do Estatuto da Criança e do Adolescente, já seja possível entender-se que qualquer publicidade direcionada às crianças é abusiva e, portanto, ilegal, por se valer da vulnerabilidade do público que está sob um processo peculiar de desenvolvimento.

Por meio da complementaridade com o Facebook e do constante diálogo entre diversas plataformas, entende-se que o mercado tem mais um meio para oferecer seus produtos às crianças. Estas são concebidas pelos anunciantes como o centro de uma estratégia de construção de significados e criação de desejos, que vão além do ato da compra.

O professor de psicologia Yves de La Taille, da Universidade de São Paulo – USP, argumenta que a publicidade direcionada ao público infantil é uma violência simbólica por ter como efeito a criação de um desejo até então inexistente na criança. E como nosso país segue sendo um dos mais desiguais do mundo, a introjeção dessa ambição de alcançar um objeto socialmente atribuído como desejável, adequado e, por vezes, fundamental ocasiona mais frustrações e até formas violentas de se adquirir os objetos cobiçados (LA TAILLE, 2008).

La Taille adverte que, mesmo ao considerar a criança como vulnerável, não se pode concebê-la como um ser passivo, mas sim um indivíduo dotado de desejos e interesses que a dirigem para o desejo de adquirir certos objetos⁸.

Também, como esforço para compreender a dinâmica da sociedade de consumo, o filósofo francês Gilles Lipovetsky, em *A felicidade paradoxal*, afirma que o hiperconsumismo – conceito que o autor utiliza para definir a sociedade contemporânea – é fundamentado em anseios materiais impossíveis de serem alcançados, o que gera uma angústia, que, por sua vez, cria novos desejos de compras.

Assim, a criança exposta a comunicações mercadológicas está mais suscetível a aderir a esse processo que combina frustrações e desejos de forma simultânea e incessante. E, portanto, mais suscetível a tornar-se um ser “desejante” continuamente insatisfeito desde muito cedo, além de vir a ser alvo de algumas das consequências desse assédio publicitário, como é o caso da formação de valores materialistas, consumistas, do egoísmo, da erotização precoce e até mesmo da obesidade infantil (LINN, 2006).

CONCLUSÕES

Por conseguinte, infere-se que a complementaridade entre os canais infantis e as redes sociais e o livre acesso do mercado anunciante às crianças, em quaisquer plataformas às quais estas estiverem conectadas, contribuem para ampliar a criação de desejos por produtos, serviços e sentimentos veiculados nas mídias.

O mercado conquistou mais um eixo para instar ao consumo indivíduos que estão em uma fase peculiar de desenvolvimento. Nesse diálogo, o emissor, em diversas plataformas de mídia, pode gerar novos desejos de consumo em indivíduos cuja capacidade de julgamento ainda não atingiu a sua plenitude.

Daí o que se verifica, na prática, é um mercado midiático sem qualquer compromisso com a garantia dos direitos do público infantil perante apelos comerciais, em uma pavorosa afronta até mesmo à garantia constitucional do cuidado da criança como prioridade absoluta da nação.

⁸ Essa sustentação foi exposta pelo psicólogo em parecer do Conselho Federal de Psicologia em defesa do PL 5921/2001, que trata da publicidade direcionada às crianças. Disponível em: <http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/10/cartilha_publicidade_infantil.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2014.

A complementariedade aqui tratada, entre os canais infantis, seus *sites* e perfis em redes sociais, é, sem dúvida, mais uma forma de se atingir o público infantil, desse modo, mascarando as ações de *marketing* como se fossem meramente entretenimento ou ações educativas, deixando a criança totalmente vulnerável e sem condições de se defender desses apelos – ainda mais porque seus pais e responsáveis têm pouco domínio de tais tecnologias.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, A. et al. *Risks and safety on the internet. Comparing Brazilian and European results*. Londres: LSE, 2013. Disponível em: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Brazil-report-21nov-final.pdf>>. Acesso em: 6 ago. 2014.

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

_____. *Estatuto da Criança e do Adolescente*. Lei Federal nº 8069, de 13 de julho de 1990. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1990a.

_____. *Código de Defesa do Consumidor*. Lei 8.078 de 11/09/90. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1990b.

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

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

LA TAILLE, Yves de. *Contribuição da psicologia para o fim da publicidade dirigida à criança*. Brasília, DF, 2008. Disponível em: <http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/10/cartilha_publicidade_infantil.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2014.

LINN, Susan. *Crianças do Consumo: a infância roubada*. São Paulo: Instituto Alana, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.

POCHMANN, Márcio. *Nova classe média?* São Paulo: Boitempo, 2012.

SOUZA, A.; AGNELLI, G. *Qual a real influência da Internet no poder de escolha da geração “pós-Google”?*. Trabalho apresentado no 4º Congresso Brasileiro de Pesquisa – Mercado, Opinião e Mídia, 2010.

ESTRATIFICAÇÃO SOCIAL COMO UMA VARIÁVEL EXPLICATIVA EM ESTUDOS SOBRE O USO DA INTERNET POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Kjartan Ólafsson¹

INTRODUÇÃO

A estratificação social sempre foi uma ideia central nas ciências sociais. E o conceito de classe foi um ponto central nas teorias de Karl Marx (1972), Max Weber (1978) e Emile Durkheim (1933), sendo que a questão de classe ou *status* social é amplamente reconhecida como aspecto importante para a pesquisa em ciências sociais. Essa visão é tão difundida que a estratificação social, ao lado de variáveis como idade e gênero, é frequentemente usada em modelos estatísticos e análises de dados sem referência específica à teoria ou a pesquisas prévias. No caso do uso de Internet e das experiências *on-line* de crianças e adolescentes, a relevância de se olhar para a classe ou *status* social pode ser facilmente demonstrada. Talvez o fator mais óbvio seja como a falta de recursos financeiros, educacionais ou culturais pode impedir o acesso à mídia. Mas também é possível admitir a hipótese de que a estratificação social possa moldar o uso da mídia e as experiências *on-line* de crianças e adolescentes.

O objetivo deste artigo é olhar primeiro para como a estratificação social foi abordada e mensurada, em 2010, pela pesquisa EU Kids Online, a maior pesquisa europeia sobre o uso de mídias *on-line* e as experiências *on-line* de crianças e adolescentes (até o momento). Um segundo objetivo é olhar para como a estratificação social foi usada (e não usada) na análise desses dados. E, por último, questionar quais podem ser boas abordagens para medir a estratificação social em estudos do uso de mídias *on-line* e das experiências *on-line* de crianças e adolescentes.

¹ Professor na University of Akureyri (Universidade de Akureyri), na Islândia, onde ensina métodos de pesquisa e análise quantitativa de dados. Também é pesquisador visitante na Masaryk University (Universidade Masaryk) em Brno. Possui experiência extensa em pesquisa de opinião e desempenhou papel-chave no planejamento e implementação de vários projetos de pesquisa transnacionais sobre o uso de mídia por crianças e adolescentes. Entre eles está a pesquisa EU Kids Online (2010), projeto que foi um marco no campo dos estudos de mídia na Europa.

ESTRATIFICAÇÃO SOCIAL E A EXCLUSÃO DIGITAL

Estudos revelam que a estratificação social é um fator importante para entender o uso que crianças e adolescentes fazem das mídias digitais. Livingstone e Helsper (2007) – em seu estudo de 2004 sobre crianças e adolescentes de 9 a 19 anos do Reino Unido – mostraram que o nível socioeconômico (ou *socioeconomic status*, em inglês) tinha relevância em termos de acesso. Entretanto, sua análise também indicou que, se diferenças em termos de acesso fossem resolvidas, então, o efeito do nível socioeconômico em termos de tempo gasto *on-line* desaparecia. Um resultado desse tipo também foi encontrado numa pesquisa no Reino Unido em 1997 com ênfase no uso de computadores por jovens, na qual o nível socioeconômico era importante em termos de acesso; mas, ao se abordar apenas aqueles com acesso domiciliar, as diferenças relacionadas ao nível socioeconômico eram pequenas (LIVINGSTONE, 2002). Assim como a Internet evoluiu, o discurso também mudou de um pensamento orientado para acesso para um foco nos usuários (BARZILAI-NAHON, 2006). Certamente, mesmo numa sociedade em que quase todos têm acesso à Internet, a estratificação social ainda pode ter importância. Como exemplo, Helsper e Eynon (2013) descobriram que, numa amostra de indivíduos britânicos com idades a partir de 14 anos, fatores como nível socioeconômico e capital social eram relacionados a certos tipos de habilidades digitais.

Numa revisão de pesquisas disponíveis sobre o uso de Internet e experiências *on-line* de crianças e adolescentes na Europa, Hasebrink, Livingstone e Haddon (2009) encontraram evidências de desigualdades quanto aos usos e oportunidades como consequência de diferenças de nível socioeconômico, assim como diferenças em termos de exposição a riscos. As evidências disponíveis sobre as diferenças em habilidades e instrução como consequência de desigualdades em nível socioeconômico aparentaram ser inconclusivas na época. Também havia evidências limitadas sobre as diferenças na mediação dos pais em termos de nível socioeconômico. Em outras palavras, mais pesquisa era necessária.

MEDINDO A ESTRATIFICAÇÃO SOCIAL

Se é aceito que há uma fundamentação teórica no sentido da inclusão da estratificação social como uma variável em estudos do uso de mídia *on-line* de crianças e adolescentes e das suas experiências *on-line*, então, obviamente é importante ter uma boa forma de medir esses fenômenos. Contudo, uma hipótese clara sobre o quanto a estratificação social realmente importa é pré-condição para se escolher uma boa medida.

Em pesquisas, a estratificação social é frequentemente mensurada utilizando-se uma combinação de educação e ocupação, que se acredita indicar falta de recursos materiais e/ou sociais. Essa não é necessariamente uma abordagem problemática e pode funcionar bem sob algumas circunstâncias. A pesquisa EU Kids Online (2010) usou exatamente essa abordagem (LIVINGSTONE *et al.*, 2011a), em parte porque as empresas responsáveis pela coleta de dados em campo ficavam confortáveis com esse referencial metodológico.

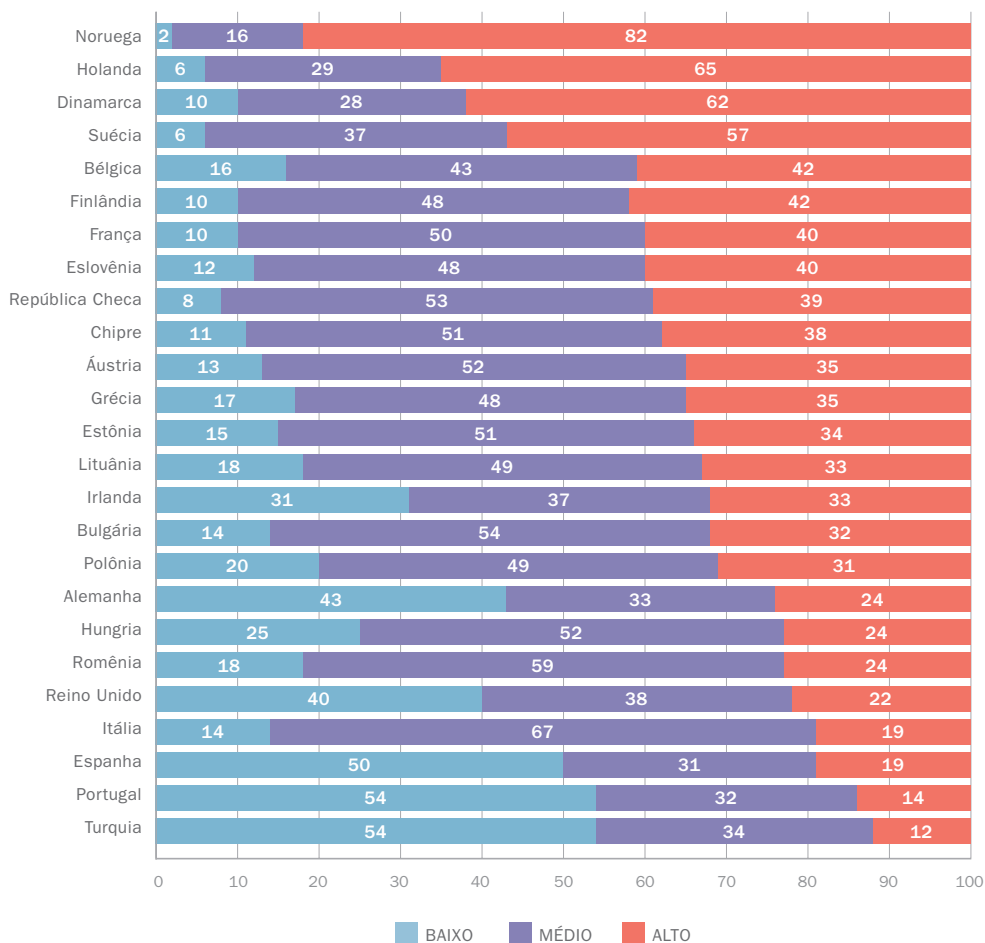
Idealmente, entretanto, antes de se decidir por uma abordagem para medir a estratificação social no contexto do uso de Internet e experiências *on-line* de crianças e adolescentes, é necessário um referencial teórico-metodológico sobre como a ligação entre os dois realmente funciona. Na sua análise das disparidades sociais e da sociedade de informação, Ellen Helsper (2008) identifica cinco tipos de recursos *off-line* – social, pessoal, econômico, cultural e político – que podem estar ligados a recursos e resultados digitais. Separar diferentes tipos de recursos *off-line* dessa forma seria uma abordagem mais produtiva do que simplesmente adotar uma abordagem geral para identificar níveis socioeconômicos.

A PESQUISA EU KIDS ONLINE (2010)

A pesquisa EU Kids Online foi conduzida em 2010 usando uma amostra aleatória estratificada de aproximadamente 1.000 crianças e adolescentes usuários de Internet com idades de 9 a 16 e um dos seus responsáveis em cada um dos 25 países europeus (ver LIVINGSTONE *et al.*, 2011a, para detalhes da amostragem em cada país). Para minimizar o viés e maximizar a equivalência entre os dados de cada país participante (VAN DE VIJVER; LEUNG, 2011), vários procedimentos foram utilizados (GÖRZIG, 2012). O questionário, traduzido e retrotraduzido (*back-translation*) do inglês para 24 línguas, passou por testes cognitivos e pré-testes em campo para aumentar a compreensão sobre o instrumento de coleta. Vários itens e escalas foram complementados com exemplos de países e conceitos específicos de determinadas culturas. A coleta de dados foi adaptada para as melhores práticas nacionais e foi conduzida por uma única empresa empregando entrevistadores especialmente treinados em todos os 25 países. Entrevistas aconteceram durante a primavera e o verão de 2010 nos domicílios das crianças e dos adolescentes. Elas foram conduzidas individualmente, complementadas com o preenchimento de um questionário de autopreenchimento para questões sensíveis, incluindo aquelas sobre uso excessivo de Internet. Detalhes metodológicos adicionais foram apresentados em Livingstone *et al.* (2011a), Görzig (2012) e em <<http://www.eukidsonline.net>>.

A pesquisa EU Kids Online (2010) mediu estratificação social mediante o nível socioeconômico do domicílio. Informações relacionadas ao nível de educação e à ocupação do principal provedor de renda foram coletadas durante o processo de arrolamento. Essas informações foram então utilizadas para alocar os respondentes em um dos três níveis socioeconômicos: baixo, médio e alto (LIVINGSTONE *et al.*, 2011a, p. 42). Essa é uma abordagem comum em pesquisas, mas pelo menos dois pontos são dignos de nota.

Primeiramente, a variável nível socioeconômico é correlacionada com os países (Gráfico 1). Isso não é necessariamente um problema e, se a Europa fosse considerada um único país, então, dentro dele, haveria diferenças regionais em nível socioeconômico. Analisando os 25 países incluídos na pesquisa EU Kids Online (2010), realmente há uma variação considerável de nível socioeconômico, sugerindo que, quando medido dessa forma, o nível socioeconômico não se relaciona com as diferenças entre os arranjos sociodemográficos dos países.

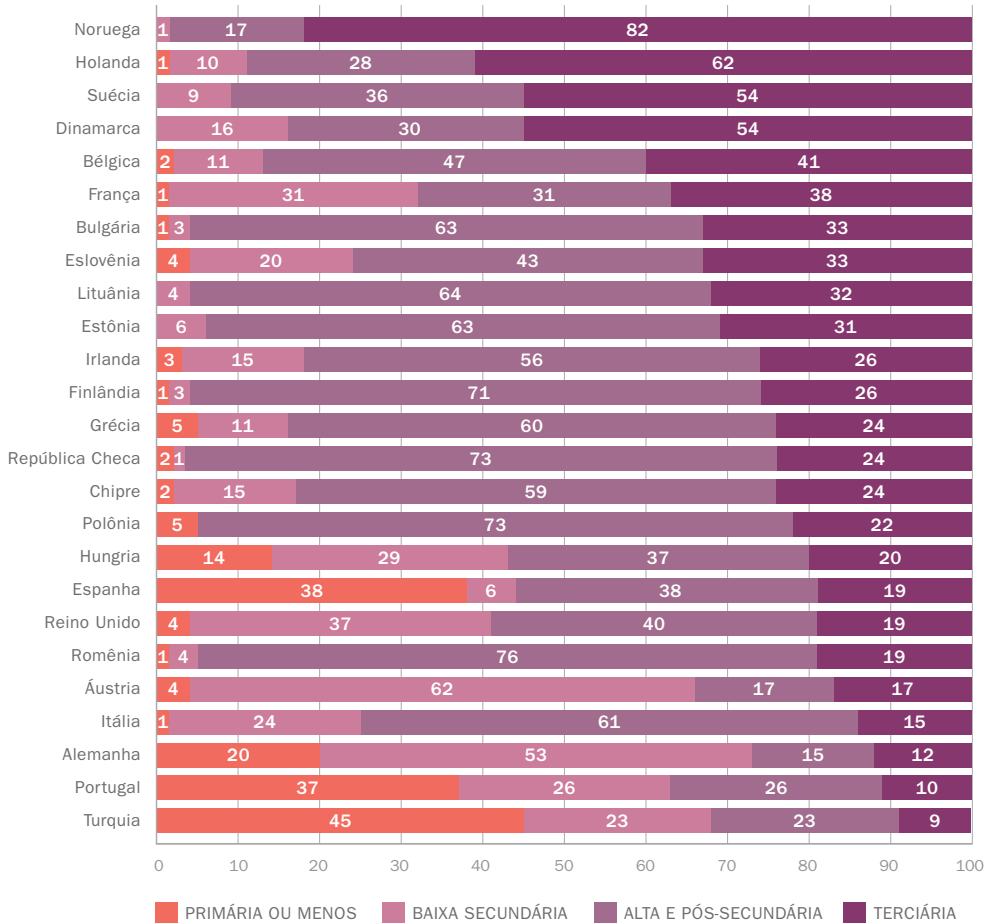
GRÁFICO 1
NÍVEL SOCIOECONÔMICO POR PAÍS

Fonte: EU Kids Online 2010.

Uma consequência dessa correlação entre país e nível socioeconômico é que, em qualquer análise que utilize essas variáveis, há a possibilidade de que o nível socioeconômico esteja captando diferenças que não são, de fato, uma função da estratificação social, mas de outros fatores operando em âmbito do país. Da mesma forma, há a possibilidade de que diferenças em funções do nível socioeconômico sejam incorretamente atribuídas a diferenças não identificadas em âmbito nacional. Uma solução simples para esse problema, evidentemente, é executar uma análise multivariada que inclua tanto o nível socioeconômico quanto o país como preditores (até mesmo permitindo interação entre nível socioeconômico e país) ou usar modelos multinível. Na realidade, entretanto, isso pode ser muito ineficiente, especialmente numa análise multivariada tradicional. Num modelo de regressão linear (usando os dados da pesquisa EU Kids Online, 2010) haveria duas variáveis *dummy* para os efeitos principais do nível socioeconômico e 24 variáveis *dummy* para as diferenças entre países, enquanto para testar interações entre país e nível socioeconômico seriam necessárias mais 48 variáveis *dummy*.

A segunda questão digna de nota em relação à medição de nível socioeconômico na pesquisa EU Kids Online (2010) é que ela esta baseada no pressuposto de que tanto ocupação quanto educação podem ser medidas de uma forma comparável em todos os países participantes. No Gráfico 2, ilustra-se a educação mais alta da residência (ou seja, o nível mais alto de educação obtido por qualquer membro da residência) para a pesquisa EU Kids Online (2010).

GRÁFICO 2
GRAU DE INSTRUÇÃO MAIS ALTO DO DOMICÍLIO POR PAÍS



Fonte: EU Kids Online 2010.

Como talvez seja de se esperar, há diferenças consideráveis em níveis de educação entre os países. Baseando-se no pressuposto de que os pais de crianças e adolescentes de 9 a 16 anos provavelmente são mais jovens que a média da população adulta de um país, pareceria provável que os níveis de educação obtidos desse grupo seriam consistentemente mais altos do que na população adulta como um todo. Entretanto, como demonstrado por Livingstone *et al.* (2011a, p. 44), em comparação com dados da Eurostat, as estimativas de níveis educacionais em cada país obtidas na pesquisa EU Kids Online (2010) são, em alguns casos, mais baixas e, em outros casos, mais altas.

Deve ser observado que uma consideração cuidadosa foi dada à tarefa de combinar as perguntas usadas para medir a educação em cada país com as categorias gerais apresentadas no Gráfico 2, incluindo a consulta a acadêmicos relevantes da rede EU Kids Online. Entretanto, há variações nacionais sobre como os sistemas educacionais são organizados que complicam essa tarefa, pois vários sistemas de educação têm, por exemplo, cursos ou níveis que ficam entre os níveis. Hoffmeyer-Zlotnik e Warner (2007) demonstraram a complexidade de se mapear diferentes sistemas de educação europeus numa única dimensão de nível de educação e, de fato, sugeriram que a educação deve ser pensada como tendo duas dimensões, a educação geral e a educação vocacional.

O USO (E NÃO USO) DO NÍVEL SOCIOECONÔMICO NA PESQUISA EU KIDS ONLINE

Na sua revisão da base de dados europeia de evidências, Hasebrink, Livingstone e Haddon (2009) identificaram o nível socioeconômico como uma das variáveis de interesse para se entender o uso das mídias *on-line* por crianças e adolescentes e as suas experiências *on-line*. Alinhado com isso, o nível socioeconômico também foi incluído na análise inicial dos dados da EU Kids Online (2010) (LIVINGSTONE *et al.*, 2011b). Entretanto, em análises subsequentes dos dados da pesquisa, nos casos em que a estratificação social foi incluída, os autores parecem preferir discutir a educação dos pais do que o nível socioeconômico (HELSPER, 2012; MASCHERONI *et al.*, 2012; SONCK *et al.*, 2012; HASEBRINK, 2012; ROVOLIS; TSALIKI, 2012; PAUS-HASEBRINK *et al.*, 2012).

Primeiramente, é interessante notar que nenhum desses autores declara explicitamente porque escolheu incluir a educação do domicílio no seu modelo. A esse respeito, pode ser debatido se ela está sendo incluída especificamente para testar o efeito da estratificação social ou se ela é vista como uma variável similar à idade ou ao gênero. Em segundo lugar, a lógica inerente à escolha da educação dos pais/responsáveis ao invés de seu nível socioeconômico não é discutida. Contudo, a afirmação de que o nível socioeconômico é uma alternativa à educação dos pais pressupõe uma ligação teórica com a estratificação social. Então, as razões para se escolher a educação dos pais em vez do nível socioeconômico não são difíceis de imaginar. Como foi previamente observado, a natureza do nível socioeconômico como uma medida composta de educação e ocupação pode ser confusa quando se trata de interpretação. Há também inconveniências práticas ao se usar uma variável como o nível socioeconômico, que é medido numa escala de três pontos em termos da modelagem dos dados.

CONCLUSÕES E DISCUSSÃO

Este artigo examinou como o conceito de estratificação social foi abordado na pesquisa EU Kids Online (2010), a maior pesquisa europeia (até este momento) sobre o uso da mídia *on-line* por crianças e adolescentes e suas experiências na rede. A conclusão geral indica que o nível socioeconômico como uma medida composta de educação e ocupação talvez não seja a melhor opção como medida de estratificação social. Há problemas tanto teóricos quanto práticos

para o uso do nível socioeconômico com esse propósito. O argumento teórico contra o nível socioeconômico é que ele é uma medida composta de educação e ocupação. Para investigar o efeito da estratificação social no uso de mídia *on-line* de crianças e adolescentes e suas experiências *on-line* pareceria mais apropriado medir mais especificamente os diferentes tipos de capital (financeiro, social, cultural) que em teoria são os fatores fundamentais. Mas mesmo que o nível socioeconômico tenha sido apontado como a maneira mais apropriada de abordar a medição da estratificação social, há ainda problemas práticos concretos na medição do nível socioeconômico. Primeiramente, a menos que os pais estejam envolvidos na pesquisa, medir o nível socioeconômico depende da avaliação das crianças e dos adolescentes sobre quem é o principal provedor de renda no domicílio, além da necessidade de oferecerem informações precisas sobre o nível de educação e ocupação daquela pessoa. Em segundo lugar, mesmo que a informação seja disponibilizada pelos pais, há variações nacionais (especialmente em termos de educação) que complicam a combinação de ocupação e educação de uma forma simples para um nível detalhado de nível socioeconômico. Na pesquisa EU Kids Online (2010), por exemplo, o nível socioeconômico foi medido somente com uma escala de três pontos.

É interessante notar que, apesar de a estratificação social ter sido apontada como algo de interesse substancial para o uso de mídia *on-line* de crianças e adolescentes e as suas experiências *on-line*, o nível socioeconômico não é uma variável proeminente na análise dos dados da EU Kids Online (2010). A respeito disso, o conceito de estratificação social como uma questão importante para se entender que o uso de Internet e as experiências *on-line* de crianças e adolescentes mudou de um tema-chave (HASEBRINK; LIVINGSTONE; HADDON, 2009) para ser um tipo de variável de análise padrão (HELSPER, 2012; MASCHERONI *et al.*, 2012; SONCK *et al.*, 2012; HASEBRINK, 2012; ROVOLIS; TSALIKI, 2012; PAUS-HASEBRINK *et al.*, 2012). Uma possível razão para isso é que a abordagem de medir estratificação social (ou seja, como nível socioeconômico) não é muito bem teoricamente justificada nem fácil de lidar em modelagem estatística. Uma alternativa seria se focar mais concretamente em mensurar os diferentes tipos de recursos *off-line* que podem influenciar o uso de mídia *on-line* e as experiências *on-line*. Um referencial metodológico possível é aquele usado por Helsper (2008), sugerindo cinco tipos de recursos *off-line*: social, pessoal, econômico, cultural e político.

Agradecimentos

Este artigo se baseia no trabalho da rede EU Kids Online, financiada pelo EC (DG Information Society) Safer Internet Plus Programme (Código de projeto SIP-KEP-321803)². O autor gostaria de agradecer aos membros da rede por sua colaboração no desenvolvimento de ideias, planejamento e questionário que dão base a este artigo. O autor também agradece o suporte do projeto Vitovin (CZ.1.07/2.3.00/20.0184), que é cofinanciado pelo European Social Fund (Fundo Social Europeu) e pelo orçamento estatal da República Checa.

² Ver <<http://www.eukidsonline.net>>.

REFERÊNCIAS

BARZILAI-NAHON, K. Gaps and Bits: Conceptualizing Measurements for Digital Divide/s. *The Information Society*, v.22, p.269-278, 2006.

DURKHEIM, E. *The Division of Labor in Society*. Illinois: Free Press, 1933.

GÖRZIG, A. Methodological framework: The EU Kids Online project. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 15-32

HASEBRINK, U. et al. *Comparing children's online opportunities and risks across Europe: Cross-national comparisons for EU Kids Online*. LSE, London: EU Kids Online, 2009.

HASEBRINK, U. Young Europeans' online environments: a typology of user practices. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 127-140

HELSPER, E. *Digital inclusion: an analysis of social disadvantage and the information society*. London, UK: Department for Communities and Local Government, 2008.

_____. Which children are fully online? In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 45-58

HELSPER, E. J.; EYNON, R. Distinct skill pathways to digital engagement. *European Journal of Communication*, v.28, n.6, p.696-713, 2013.

HOFFMEYER-ZLOTNIK, J. H. P.; WARNER, U. How to Survey Education for Cross-National Comparisons: The Hoffmeyer-Zlotnik/Warner-Matrix of Education. *Metodološki zvezki*, v. 4, n. 2, p. 117-148, 2007.

LIVINGSTONE S, H. L.; GÖRZIG A.; ÓLAFSSON, K. *Risks and safety on the Internet: The perspective of European children. Full findings*. LSE, London: EU Kids Online, 2011.

LIVINGSTONE, S. et al. *Technical Report and User Guide: The 2010 EU Kids Online Survey*. LSE, London: EU Kids Online, 2011.

LIVINGSTONE, S. *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. London: SAGE, 2002.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. J. Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, v. 9, n. 4, p. 671-696, 2007.

MARX, K. Economic and Philosophic Manuscripts of 1844. In: TUCKER, R. C. (Ed.). *The Marx – Engels Reader*. New York: W.W. Norton, 1972. p. 53-103.

MASCHERONI, G.; MURRU, M. F.; GÖRZIG, A. Varieties of access and use. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 59-72.

PAUS-HASEBRINK, I. et al. Understanding digital inequality: the interplay between parental socialisation and children's development. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 257-272.

ROVOLIS, A.; TSALIKI, L. Pornography. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 165-176.

SONCK, N.; KUIPER, E.; HAAN, J. Digital skills in the context of media literacy. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 87-98.

VAN DE VIJVER, F. J. R.; LEUNG, K. Equivalence and bias: A review of concepts, models, and data analytic procedures. In: MATSUMOTO, D.; VAN DE VIJVER, F. J. R. (Eds.). *Cross-cultural research methods in psychology*. New York: Cambridge University Press, 2011, p.17-45.

WEBER, M. *Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology*. Berkeley: University of California Press, 1978.

RECOMENDAÇÕES BASEADAS EM EVIDÊNCIAS PARA PAIS, PROFESSORES E FORMULADORES DE POLÍTICAS PÚBLICAS: UMA VISÃO DA EUROPA

Sonia Livingstone¹

INTRODUÇÃO

A EU Kids Online é uma rede temática de pesquisa com equipes de 33 países, incluindo todos os Estados-Membros da União Europeia, que coordeno no Departamento de Mídia e Comunicação do *London School of Economics and Political Science*. A rede foi fundada em 2006, pelo *Safer Internet Programme* da Comissão Europeia – programa cujo nome agora é *Better Internet for Children* –, com o objetivo de coordenar e promover pesquisas sobre como crianças e adolescentes usam as novas mídias, com foco especial nas evidências sobre as condições que configuram riscos e a segurança *on-line* (ver <<http://www.eukidsonline.net>>).

Grande parte do trabalho do EU Kids Online tem sido investigar a natureza e as consequências dos riscos de danos associados a experiências *on-line* entre crianças e adolescentes de 9 a 16 anos na Europa. Esse objetivo foi alcançado com a compilação de uma Base de Dados Europeia de Evidências; a identificação de metodologias inovadoras de pesquisa para trabalhar com crianças e adolescentes no ambiente digital; a realização de uma vasta pesquisa comparativa domiciliar e face-a-face com crianças/adolescentes e pais/responsáveis, em 25 países, a fim de mapear suas atividades *on-line*, práticas de risco e de segurança; e, mais recentemente, entrevistando crianças e adolescentes individualmente e em pequenos grupos para entender mais a fundo suas percepções sobre o ambiente *on-line* (LIVINGSTONE *et al.*, 2011a).²

¹ Sonia Livingstone é professora no Departamento de Mídia e Comunicação do London School of Economics and Political Science e diretora da rede EU Kids Online (veja <<http://www.eukidsonline.net>>). Ela é autora ou editora de dezoito livros, incluindo *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities* (Polity 2009), *Harm and Offence in Media Content: A review of the empirical literature* (com Andrea Millwood Hargrave, Intellect 2009), *Media Regulation: Governance and the interests of citizens and consumers* (com Peter Lunt, Sage 2012); *Children, Risk and Safety Online: Research and policy challenges in comparative perspective* (editado junto a Leslie Haddon e Anke Görzig, Policy 2012) e *Digital Technologies in the Lives of Young People* (editado junto a Chris Davies e John Coleman, Routledge 2014).

² A análise e contextualização exaustiva dos resultados podem ser encontradas em nosso livro: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, risk and safety online: Research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: Policy Press, 2012. As recomendações para políticas públicas são expostas em mais detalhes em O'NEILL, B.; STAKSRUD, E.; McLAUGHLIN, S. (Eds.). *Children and Internet Safety in Europe: Policy debates and challenges*. Goteborg: Nordicom, 2013.

A rede tem trabalhado em diálogo com múltiplos atores, em âmbito nacional e internacional, para divulgar as ações e iniciativas de organizações públicas, privadas e do terceiro setor a fim de maximizar as oportunidades de crianças e adolescentes *on-line* e minimizar os riscos de danos associados à Internet. Neste breve artigo resumimos como os achados empíricos de nosso estudo subsidiam e orientam recomendações para políticas públicas específicas, e muitas vezes urgentes. O foco será na experiência europeia, mas acreditamos que muito do que está escrito possui uma repercussão bem mais ampla (LIVINGSTONE; BULGER, 2013).

RESPOSTAS À EXPOSIÇÃO DE JOVENS A RISCOS *ON-LINE* DEVEM SER PROPORCIONAIS E DIRIGIDAS ÀQUELES QUE POSSUEM MAIS CHANCES DE SOFRER DANOS DECORRENTES DE TAL EXPOSIÇÃO

Crianças e adolescentes estão preocupados com uma larga gama de riscos *on-line*. Uma visão ampla e atualizada sobre tais riscos colabora com os esforços destinados a mitigá-los, assim como oferece insumos para as ações que ajudem crianças e adolescentes a lidar com eles. Considerando que 9% dos entrevistados entre 9 e 10 anos e que um em cada sete dos entrevistados de 9 a 16 anos passaram por algum incômodo ou constrangimento na Internet no último ano, é importante promover a conscientização e outras práticas de segurança direcionadas a crianças cada vez mais novas. Chamar a atenção de adolescentes e de seus pais e professores continua sendo uma prioridade, já que aquilo que é considerado incômodo muda conforme a idade. Comentários maldosos e conteúdos problemáticos criados por usuários (como *sites* a favor da anorexia) são uma preocupação particularmente importante para adolescentes, por exemplo. Além disso, mensagens de segurança devem ser atualizadas para se adaptar às novas formas de acesso: 33% das crianças e adolescentes agora acessam a rede usando celulares ou aparelhos portáteis. *Laptops*, celulares, videogames e outros aparelhos móveis permitem às crianças e adolescentes acessarem a rede em qualquer lugar, a qualquer hora, longe da supervisão dos pais. Novos serviços (como aqueles baseados na geolocalização) também podem conduzir a novos riscos (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014).

Apesar da justificada apreensão causada pelo contato com conteúdos sexuais, o resultado dessa exposição por parte de crianças e adolescentes não deve ser exagerado, nem se deve presumir que todo jovem é impactado ou sofre danos decorrentes dessa exposição. Um exemplo é que, apesar de a Internet facilitar o acesso de todos a conteúdos de natureza sexual – com muitas crianças relatando exposição abusiva via *pop-ups* acidentais –, a maioria afirma não se incomodar com tal conteúdo. Enquanto isso, a regulação de meios de comunicação tradicionais (televisão, vídeo, revistas, etc.) continua sendo relevante, pois ainda são fontes importantes de conteúdo pornográfico para adolescentes. Aparentemente, o pressuposto presente no senso comum e nos meios de comunicação de que meninos adolescentes deliberadamente buscam se expor a conteúdos sexuais dificulta o reconhecimento dos pais e outros adultos dos impactos que a exposição inadvertida a eles pode causar a meninas, a alguns meninos, a crianças mais novas e àquelas que estão enfrentando dificuldades psicológicas em suas vidas.

O acesso privado também faz diferença. Crianças e adolescentes que acessam a rede por meio de seus próprios *laptops*, celulares ou aparelhos portáteis têm mais chances de ter visto imagens sexuais e/ou recebido mensagens sexuais. Do mesmo modo, aqueles que acessam

a rede no próprio quarto, na casa de amigos ou na rua têm maiores chances de exposição a conteúdo sexual *on-line*.

É necessário atualizar os antigos conselhos de que os pais devem supervisionar o uso da Internet por parte dos filhos, na medida em que o acesso à Internet se torna mais personalizado e novas ferramentas de segurança e orientações são requisitadas. Sem pregar o alarmismo ou sensacionalismo, pais/responsáveis precisam estar atentos à natureza dos riscos que seus filhos podem encontrar *on-line*. É preciso chamar a atenção para o diálogo e para um melhor entendimento entre pais e filhos acerca das atividades realizadas pelos jovens *on-line*. Aprimorar a compreensão dos pais/responsáveis sobre os riscos na Internet é particularmente importante naqueles países que apresentam níveis menores de conscientização sobre a experiência de risco dos filhos ou nos quais a disposição dos pais para discutir assuntos de teor sexual é menor.

Além disso, países que apresentam mais casos de *bullying*, no geral, também tendem a registrar mais ocorrências de *bullying on-line*. Esse dado sugere que, nesses países, à medida que cresce o uso da Internet, o *bullying on-line* também crescerá. Assim, iniciativas que combatem o *bullying* devem estar incluídas nos esforços para a promoção do uso da Internet. O *bullying on-line* e *off-line* devem ser entendidos de forma conectada, como parte de um círculo vicioso no qual os agressores atingem suas vítimas de diferentes maneiras, o que dificulta que elas consigam escapar da situação (GÖRZIG, 2011). Aqueles que praticam o *bullying* também podem estar vulneráveis e costumam ser vítimas, o que faz com que seja preciso tratar do tema com cuidado. Apesar de crianças e adolescentes terem uma gama de formas de enfrentamento, o *cyberbullying* é considerado incômodo para eles. Assim, mais apoio e sensibilização são necessários. Menos da metade das vítimas relata o ocorrido aos pais ou a outro adulto, e menos da metade sabe como bloquear a pessoa ou apagar suas mensagens. Os pais também necessitam estar mais conscientes sobre a prática de encontros *off-line* realizados com contatos feitos *on-line*. No entanto é importante diferenciar entre fazer novos contatos *on-line* – uma ocorrência comum – e se encontrar com novos contatos *on-line* no mundo *off-line*. É igualmente importante reconhecer que, na maior parte das vezes, encontros com contatos *off-line* são inofensivos, podendo até ser divertidos. Porém, para uma minoria de crianças e adolescentes, encontrar-se com contatos *on-line* no mundo *off-line* é danoso, sendo que tais jovens tendem a estar mais vulneráveis. Como os pais não costumam tomar conhecimento do ocorrido, é preciso aumentar os esforços no sentido de informar os pais de crianças mais novas e/ou mais vulneráveis a fim de que reconheçam o risco, sem prejudicar a oportunidade que a maioria das crianças e adolescentes tem de fazer novas amizades *on-line*.

HABILIDADES DE SEGURANÇA DIGITAL SÃO NECESSÁRIAS PARA A CONSTRUÇÃO DE RESILIÊNCIA E DE RESPONSABILIDADE ON-LINE

Novos meios de acesso à Internet, menos sujeitos à supervisão adulta, ganham maior destaque no uso da Internet por jovens. Aproximadamente metade de todas as crianças e adolescentes na Europa acessa a Internet em seus próprios quartos, onde não é realista esperar que os pais monitorem sua segurança. Crianças e adolescentes precisam ser incentivados a gerir seu próprio comportamento, assumindo maior responsabilidade pela sua segurança ao usar a Internet.

Ações de sensibilização devem enfatizar o empoderamento, ao invés da restrição, bem como a promoção de comportamentos adequados e responsáveis para o uso de tecnologias.

Desigualdades quanto à presença de habilidades digitais persistem – em termos de condições socioeconômicas, idade e, em grau menor, gênero –, e, portanto, esforços para superar essas desigualdades são necessários.

Faixas etárias mais jovens devem se tornar uma prioridade crescente para pais e professores, pois eles acessam a rede cada vez mais. É importante equilibrar a proteção dos usuários mais jovens e garantir oportunidades *on-line*, pois frequentemente famílias e escolas se sentem tentadas a tornar o mundo *on-line* mais seguro para crianças e adolescentes ao restringir o uso de serviços de Internet, em vez de garantir sua participação de forma segura.

Entretanto as crianças mais novas e as meninas não somente têm mais dificuldades de progressão na “escada de oportunidades” em relação a adolescentes e meninos; mas também em grande medida não chegam a realizar o mesmo conjunto de atividades. Apenas metade das crianças com 9 e 10 anos vão além das atividades básicas relacionadas a conteúdo. É essencial promover usos mais criativos e habilidosos para assegurar que as crianças possam se valer de oportunidades *on-line* (LIVINGSTONE; HELSPER, 2007). Afinal, verifica-se que habilidades, oportunidades e riscos *on-line* andam de mãos dadas para todas as crianças e adolescentes. Em especial, os esforços empregados para aumentar as oportunidades também podem levar a maiores riscos, enquanto esforços para reduzir riscos podem restringir as oportunidades das crianças e adolescentes (LIVINGSTONE; HELSPER, 2010). É vital manter um equilíbrio cuidadoso que considere as experiências das crianças e adolescentes *on-line* em todos os seus aspectos.

Escolas desempenham um papel decisivo no desenvolvimento de habilidades digitais, atenuando formas de exclusão digital. Em muitos países, o ensino básico tem sido o principal fornecedor de treinamento em habilidades com as TIC, mas essa área também exige esforços adicionais. Incentivar crianças e adolescentes a explorarem o mundo *on-line* mais amplamente e com mais discernimento irá melhorar não só suas habilidades digitais, como também sua confiança e crença geral em suas habilidades de uso de Internet. Da mesma maneira, ensinar habilidades de segurança provavelmente melhorará outras habilidades, ao mesmo tempo em que ensinar habilidades instrumentais e informacionais também tende a melhorar as habilidades de segurança (SONCK *et al.*, 2011). No entanto, muitas vezes professores não possuem os recursos e formação suficientes para desempenhar suas funções. Diferenças entre países quanto a habilidades *on-line* apontam a necessidade de intervenções educacionais direcionadas em locais onde há evidências de exclusão digital.

Considerando os níveis desiguais de habilidades digitais existentes na Europa – em especial as habilidades relacionadas à segurança – e a discussão contínua entre os atores interessados sobre a necessidade de se identificar mais precisamente os tipos de habilidades necessárias, um inventário e referenciais metodológicos acordados para ações de formação voltada a segurança digital seriam recursos valiosos para educadores, processos de conscientização e grupos da sociedade civil. As escolas ocupam um lugar singular para alcançar o maior número de crianças e adolescentes. As instituições escolares são consideradas por pais como a fonte mais confiável de informação e, na medida em que são, na Europa, o segundo local de acesso à Internet mais comum, constituem-se como ponto de acesso muito importante para crianças e adolescentes.

Já os provedores de serviços de redes sociais (*social networking service providers*) necessitam garantir a máxima proteção possível para as contas de crianças e adolescentes. Se as restrições de idade já existentes não são respeitadas, o uso *de facto* por crianças mais novas deve ser reconhecido, de forma a permitir uma proteção adequada à idade. Configurações de privacidade/segurança e mecanismos de denúncias deveriam ser muito mais fáceis de utilizar, sendo que, se esses mecanismos continuarem de difícil usabilidade, as configurações de privacidade/segurança devem então ser ativadas automaticamente. Habilidades digitais para proteger a privacidade e dados pessoais deveriam ser fortemente incentivadas para crianças e adolescentes de todas as idades. Ressalta-se que um em cada três pais (51% dos pais de crianças de 9 a 12 anos, 15% dos pais de adolescentes de 13 a 16 anos) não queria que seus filhos usassem redes sociais. É necessário, portanto, considerar uma revisão da legislação de proteção de dados na Europa do ponto de vista da privacidade da criança e do adolescente.

DEVE-SE DAR DESTAQUE A ESTRATÉGIAS EFICAZES DE ENFRENTAMENTO – OU COPING – POR MEIO DE MENSAGENS DE SEGURANÇA, ENFATIZANDO O SUPORTE SOCIAL E TAMBÉM AS FERRAMENTAS ON-LINE

Formuladores de políticas públicas precisam estar atentos aos novos riscos que afetam crianças e jovens, especialmente aqueles que surgem do contato *peer-to-peer*. Além das pesquisas, trabalhos quantitativos que ouvem as crianças e adolescente são vitais para se conhecer quais são os novos riscos que eles estão experimentando. Abordar os riscos associados às condutas *peer-to-peer* (conteúdo criado por usuários e o uso abusivo de dados) constitui um desafio crítico para formuladores de políticas públicas.

Os decisores públicos há bastante tempo têm aconselhado crianças e adolescentes a relatarem se sofrerem algum incômodo *on-line* e parece que essas mensagens têm sido ouvidas. Algumas crianças e adolescentes experimentam estratégias proativas mais do que outras, e poucas delas se mostram passivas frente a essas adversidades. Isso indica um desejo de enfrentar tais situações da melhor maneira possível e uma prontidão em aprender novas ferramentas tecnológicas caso estejam disponíveis. Ao responderem quais estratégias os ajudaram, crianças e adolescentes disseram que denunciar o problema ao provedor de serviço de Internet foi eficaz para imagens sexuais, mas não tanto para mensagens sexuais ou de *bullying*. Isso sugere que é preciso soluções mais adequadas para os riscos *peer-to-peer*. Na sua maioria, crianças e adolescentes relataram que a abordagem que escolheram ajudou em até dois terços dos casos, mas isso deixa margem para a provisão de maior apoio e/ou melhores ferramentas.

Os esforços para promover a cidadania digital de crianças e adolescentes – em termos de segurança *on-line* e boas práticas – estão dando alguns frutos e devem ser ampliados. Podem existir vários motivos pelos quais as ações adotadas por crianças e adolescentes quando incomodados não contribuam com a situação, mas uma das possibilidades é justamente os defeitos nas ferramentas técnicas ou dificuldades em usá-las; enquanto outra é que os adultos – seja profissionalmente ou pessoalmente – não estão preparados ou não conseguem ajudar as crianças e os adolescentes.

O fenômeno do *knowledge gap*, ou lacuna de conhecimento, no qual aqueles que têm mais acesso a informações aprendem com conselhos e orientações disponíveis mais prontamente

do que aqueles que têm menos acesso a informações, significa que os esforços para promover a cidadania digital podem beneficiar de forma desproporcional aqueles que já se encontram em vantagem. Ter como alvo as crianças e os adolescentes mais vulneráveis deve ser uma prioridade. Na maioria esmagadora das vezes, quando algo os incomoda *on-line*, crianças e adolescentes contam o ocorrido a um amigo e, em segundo lugar, aos pais. Raramente contam a um professor ou a outro adulto responsável. Essa aparente falta de confiança naqueles que podem fornecer soluções mais especializadas se constitui em um motivo de preocupação.

HABILIDADES PRÁTICAS DE MEDIAÇÃO DEVERIAM FIGURAR ENTRE OS ESFORÇOS DE SENSIBILIZAÇÃO DOS PAIS E PROFESSORES SOBRE OS RISCOS E ESTRATÉGIAS DE SEGURANÇA ON-LINE

Enquanto as crianças mais novas têm menos recursos para lidar com riscos *on-line*, elas também estão mais dispostas a pedir ajuda aos pais. Enquanto isso, adolescentes enfrentam riscos específicos que os preocupam e com os quais lidam sozinhos e, portanto, precisam de estratégias específicas de enfrentamento e apoio.

Os pais parecem ter entendido a mensagem de que é de grande valia que eles se envolvam no uso da Internet por seus filhos, e eles se utilizam de uma série de estratégias, a depender da idade da criança. No entanto, alguns pais não se preocupam muito, mesmo no caso de filhos mais novos, havendo parte relevante das crianças e adolescentes que desejam que seus pais se interessem mais. Portanto, direcionar as mensagens e recursos de sensibilização a esses pais é uma prioridade.

A ideia de que o que os pais fazem não é valorizado ou de que as crianças e adolescentes não irão seguir suas orientações é infundada. As evidências revelam um retrato muito mais positivo, no qual as crianças recebem bem o interesse e as atividades de mediação dos pais, enquanto os pais expressam confiança nas habilidades de seus filhos. É importante a manutenção dessa situação à medida que a Internet se torna mais complexa e mais integrada à vida cotidiana.

As restrições parentais representam um prejuízo significativo em termos das oportunidades e habilidades de crianças e adolescentes *on-line*, mas podem ser adequadas se estes estiverem vulneráveis a sofrer danos. Os esforços dos pais no sentido de empoderar seus filhos *on-line* tendem a fazer crescer suas oportunidades e habilidades, apesar de existirem poucas evidências de que reduzem riscos ou danos. Como não há respostas fáceis, os pais devem sempre receber apoio para julgar o que consideram melhor para seus filhos.

Os níveis de mediação de professores são elevados, mas poderiam ser mais altos ainda, já que uma minoria de crianças e adolescentes ainda não é alcançada por orientações de professores. Já que as escolas têm os recursos para alcançar todas as crianças e adolescentes, elas deveriam assumir a maior parte da tarefa de atingir aqueles de “difícil alcance”. As crianças mais novas (9 a 10 anos) relatam o menor nível de mediação dos professores. Na medida em que, hoje em dia, essa faixa etária usa a Internet amplamente, escolas de ensino básico devem aumentar orientações críticas e de segurança para seus alunos.

Além disso, os benefícios da mediação entre os pares são negligenciados, mas poderiam ser aproveitados construtivamente, especialmente considerando que crianças e adolescentes

são mais propensos a contar a algum amigo se algo *on-line* os incomoda. Os esquemas de monitoramento por pares desempenham um papel valioso. Quando algo os incomodou na Internet, 36% das crianças e dos adolescentes europeus disseram que contaram com a ajuda de um dos pais, 28%, de um amigo e 24%, de um professor. O ideal talvez seja que crianças e adolescentes tenham um leque de pessoas para quem pedir ajuda, a depender das circunstâncias. Uma minoria das crianças e adolescentes não tem ninguém a quem recorrer quando algo a chateia.

O SETOR PRIVADO PRECISA SER MUITO MAIS PROATIVO NA SENSIBILIZAÇÃO E EDUCAÇÃO SOBRE SEGURANÇA NA INTERNET

As tecnologias de filtragem e *software* de controle parental precisam ter melhor usabilidade e transparência, levando em consideração as necessidades dos pais para que sejam mais adotadas. Nos 25 países pesquisados pela rede EU Kids Online, menos de um terço dos pais (28%) filtravam os *sites* visitados pelos filhos. Está claro que muitos pais acreditam que esse tipo de *software* é muito complicado ou não está adequado às suas necessidades. Para serem efetivos, controles parentais precisam incluir todas as questões que preocupam os pais sobre o uso da Internet por seus filhos. Assim, além de filtrar conteúdos *on-line* adultos ou inadequados para seus filhos, os controles talvez tenham que incluir recursos tais como limitar o tempo despendido *on-line*, filtrar conteúdo criado por usuários e bloquear conteúdos comerciais.

Enquanto segue inconcluso o debate sobre a adequação de controle parental em todas as situações, tais ferramentas ainda são um recurso valioso, em especial para aqueles que talvez não tenham as habilidades ou conhecimento para aconselhar e orientar seus filhos no uso da Internet. Controles parentais também estão disponíveis como parte integrante de alguns serviços de Internet e não necessitam ser instalados separadamente. Um acordo no âmbito das empresas acerca do *design* e recursos de segurança e controle parental embutidos nos serviços baseados na *Web* poderia oferecer aos pais melhores oportunidades para que eles considerem sua adoção. Treinamento para usar tais ferramentas também deveria ser facilmente disponível para lidar com a falta de confiança e conhecimento da parte dos pais.

Na Europa, a vasta maioria dos pais gostaria de receber informações e conselhos sobre segurança na Internet. A maioria, no entanto, consegue tais informações da família e de amigos (48%), em vez de receber por meio de provedores de serviços de Internet. Os meios tradicionais de comunicação (32%) e a escola dos filhos (27%) vêm em segundo lugar como fontes mais comuns de informação sobre segurança na Internet. Os provedores de serviços de Internet (22%) e *sites* (21%) têm muito menos evidência como fontes de informação. Existe, portanto, um espaço considerável para a indústria melhorar a conscientização e a oferta de aconselhamento sobre segurança. Informações sobre segurança na Internet deveriam ser providenciados de forma acessível e fácil de usar nos pontos de acesso aos serviços da Internet usados por jovens. Já os provedores de serviços de Internet (PSI) devem desempenhar um papel mais proeminente para oferecer recursos de segurança para pais, como os principais titulares da conta.

As fontes de mídia tradicionais – imprensa, rádio e televisão – também têm um grande papel a desempenhar a fim de promover maior conhecimento sobre segurança *on-line* ao apoiar

maior literacia mediática entre a população adulta. Elas se encontram na melhor posição para alcançar todos os adultos e influenciam de forma crucial a formação das opiniões dos pais/responsáveis sobre as oportunidades e os riscos na Internet.

As evidências demonstram que crianças e adolescentes ainda têm recorrentes dificuldades com ferramentas para usuários, dispositivos de segurança, políticas de uso e configurações de privacidade e mecanismos de denúncia, etc., apesar de as empresas alegarem que esses têm sido melhorados e estão mais fáceis de se usar. Uma avaliação independente do progresso realizado pela indústria é crucial para verificar se melhorias foram realizadas (medidas em relação a um padrão de referência) e, mais importante, verificar se as melhorias funcionam; isto é, se de fato são suficientes para que crianças e adolescentes lidem com sua própria segurança, privacidade, identidade e riscos *on-line*. Para aumentar a confiança, o domínio sobre as configurações de segurança, identidade e privacidade de serviços de Internet precisa ser transparente e avaliada de forma independente.

CONCLUSÃO

Não resta dúvida de que, no ambiente sociotecnológico de rápida transformação que vivemos hoje em dia, marcado por altos níveis de ansiedade pública pautada pela mídia, produzir evidências que sejam úteis para os formuladores de políticas públicas é uma tarefa árdua. A rede EU Kids Online tem buscado equilibrar dois tipos de solicitações: as demandas conceituais da comunidade científica e as demandas pragmáticas das várias partes interessadas. Como foi ilustrado neste breve artigo, a complexidade dos usos da Internet para crianças e adolescentes, com seus contextos e consequências, tem implicações nas iniciativas tomadas pelos pais, pelos professores, pelas empresas, pelo governo, pelos reguladores, pelos gestores de políticas sociais e pelas próprias crianças e adolescentes a favor de sua segurança e capacitação.

Neste artigo, destaquei a situação da Europa, mas é crucial reconhecer que o acesso à Internet entre crianças e adolescentes está crescendo rapidamente, embora partindo de um patamar mais baixo, em várias partes do mundo. Enquanto esperamos que outros países e culturas possam aprender com nossas experiências na Europa, também há muito trabalho a ser feito para identificar as diferenças desses contextos e culturas em outras partes do mundo, o que requer o desenvolvimento de novas teorias, conceitos, métodos e resultados de pesquisas que beneficiem a todos nesse empreendimento global para avançar os direitos das crianças e adolescentes no rumo da promoção, proteção e participação, tanto *on-line* como *off-line*.

Agradecimentos

Este artigo valeu-se do trabalho da rede EU Kids Online, rede financiada pela Comissão Europeia (DG Information Society) por meio de seu *Safer Internet Programme* (código de projeto SIP-KEP-321803). Agradeço aos membros da rede EU Kids Online pelas suas ideias e esforços para fazer avançar esse trabalho. Em especial, agradeço a Brian O'Neill por liderar a dimensão de políticas públicas do nosso trabalho.

REFERÊNCIAS

- GÖRZIG, A. *Who bullies and who is bullied online?: a study of 9-16-year-old Internet users in 25 European countries*. London, UK: EU Kids Online Network, 2011. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/39601/>>. Acesso em: 6 ago. 2014.
- LIVINGSTONE, S.; BULGER, M. *A Global Agenda for Children's Rights in the Digital Age: Recommendations for Developing UNICEF's Research Strategy*. Florence: UNICEF Office of Research, 2013. Disponível em: <<http://www.unicef-irc.org/publications/702>>. Acesso em: 6 ago. 2014.
- LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; Görzig, A. (Eds.). *Children, risk and safety online: Research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: Policy Press, 2013.
- LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. J. Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, v.9, n.4, p.671-696, 2007. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/2768/>>. Acesso em: 6 ago. 2014.
- . Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the Internet: The role of online skills and Internet self-efficacy. *New Media & Society*, v.12, n.2, p.309-329, 2010. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/35373>>. Acesso em: 6 ago. 2014.
- LIVINGSTONE, S. *et al.* *Risks and safety on the Internet. The perspective of European children: Full findings*. 2011. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/33731/>>. Acesso em: 6 ago. 2014.
- MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: risks and opportunities*. Milano: Educatt, 2014. Disponível em: <<http://www.netchildrengomobile.eu/reports/>>. Acesso em: 6 ago. 2014.
- SONCK, N. *et al.* *Digital literacy and safety skills*. 2011. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/33733/>>. Acesso em: 6 ago. 2014.

AVANÇOS NA REGULAÇÃO DE CONTEÚDO ON-LINE

Brian O'Neill¹

INTRODUÇÃO

Com as celebrações internacionais pelo 25º aniversário da invenção da Rede Mundial de Computadores, 2014 se tornou um ano de oportuna reflexão sobre as políticas públicas que moldarão o seu futuro. A segurança na Internet tem sido um ponto central da agenda de políticas públicas, ao menos desde meados da década de 1990, quando preocupações com o impacto potencial da Internet sobre crianças e adolescentes foram levantadas pela primeira vez (EUROPEAN COMMISSION, 1996a). A despeito do pânico moral presente na chegada de toda nova tecnologia de mídia e comunicação (FACER, 2012; THIERER, 2013), o uso crescente da Internet e a evolução de novas tecnologias e aplicações continuam causando preocupações sobre como proteger crianças e adolescentes no universo *on-line*. Entretanto os mecanismos para realizar isso não são óbvios. Apesar de quase duas décadas de cooperação internacional para combater abusos *on-line*, a Internet continua criando riscos para crianças e adolescentes (LIVINGSTONE *et al.*, 2012). Esta breve análise se foca em uma dimensão desse ambiente de risco – o conteúdo *on-line* – e leva em consideração debates políticos emergentes sobre como melhor proteger as crianças ao mesmo tempo em que se promove o desenvolvimento de um ambiente midiático que está rapidamente se tornando convergente.

A INTERNET EM EVOLUÇÃO

A natureza evolutiva da Internet e a constante inovação nas tecnologias e serviços inquestionavelmente trazem uma gama de novas oportunidades para os consumidores e a sociedade como um todo. Conforme a tecnologia evolui, a distinção entre dispositivos como computadores de mesa, televisões, *tablets* e *laptops* continuará a diminuir, permitindo que os usuários acessem conteúdo e usem serviços *on-line* em uma série de diferentes dispositivos (MEIKLE; YOUNG, 2012). As funções e aplicações associadas ao tradicional computador de

¹ Pesquisador-Chefe do Instituto de Tecnologia de Dublin. Membro da rede EU Kids Online, fundada sob o *Safer Internet Programme*, na qual dirige o grupo de trabalho sobre políticas públicas. Membro do *Internet Content Governance Advisory Group* do governo irlandês. E-mail: brian.oneill@dit.ie.

mesa serão efetivamente absorvidas por outras tecnologias de comunicação e entretenimento, permitindo que os consumidores acessem e usem múltiplos dispositivos, simultaneamente assistindo à televisão, comunicando-se com amigos e buscando conteúdo adicional pela Internet. Dessa forma, o investimento da indústria e o interesse dos consumidores estarão cada vez mais focados em conteúdos, enquanto a tecnologia se esforça para criar uma experiência coesa, permitindo que os consumidores alternem facilmente entre dispositivos. Ao mesmo tempo, plataformas que permitem que os usuários criem e compartilhem sem esforço seu próprio conteúdo continuarão evoluindo e também permitirão que eles se comuniquem largamente com círculos de amigos e contatos. Uma infinidade de ferramentas e dispositivos de comunicação permitirá que os usuários estejam conectados e possam acessar e comunicar-se com contatos em qualquer lugar e a qualquer momento.

Esse é o contexto no qual os formuladores de políticas públicas são desafiados a atualizar abordagens já existentes para proteger crianças no ambiente da mídia, ao mesmo tempo em que também garantem que jovens aproveitem ao máximo as oportunidades que a convergência nas comunicações oferece.

O desafio proporcionado pela inovação é que ela frequentemente ultrapassa a habilidade dos governos de se adiantarem em relação a novos desenvolvimentos, ou mesmo de se manterem atualizados sobre as suas implicações para os cidadãos e para questões como a proteção de crianças e adolescentes. Internacionalmente, a tendência principal tem sido se apoiar na responsabilidade de companhias de toda a cadeia de valor da Internet – com o incentivo de governos – para manter uma “experiência” *on-line* positiva para usuários e para apoiar, por meio de salvaguardas apropriadas, um ambiente que seja tão seguro quanto praticável para crianças e adolescentes (TAMBINI *et al.*, 2008). Embora seja difícil prever exatamente como a Internet vai evoluir ou se antecipar a todas as consequências que surgirão das interações dos usuários com a tecnologia, um princípio orientador fundamental é que crianças, adolescentes e outros usuários potencialmente vulneráveis sempre exigirão atenção e proteção particulares (OECD, 2011).

RISCOS ASSOCIADOS AOS CONTEÚDOS

Riscos relacionados aos conteúdos têm sido, por longo tempo, o foco de atenção de pesquisas e políticas públicas sobre segurança na Internet (COUNCIL OF EUROPE, 2009; EUROPEAN COMMISSION, 1996b). O conteúdo no ambiente da mídia tradicional tem sido alvo de um sistema de regulação e classificação, restringindo conteúdo inapropriado mediante uma série de advertências e controles de acesso de acordo com a natureza do conteúdo em questão. A natureza evolutiva da Internet, entretanto, cria um ambiente mais complexo para se acessar conteúdo, gerando questões sobre o potencial de crianças e adolescentes acessarem material que poderia ser inapropriado ou danoso ao seu desenvolvimento.

A expansão do uso de múltiplos dispositivos conectados (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), tanto em casa quanto na rua, o uso difundido e o acesso disponível em todo lugar fornecem o contexto no qual a indústria da Internet – fabricantes, provedores de rede e provedores de conteúdo/serviços *on-line* – precisa considerar e adotar medidas para apoiar a segurança infantil *on-line*.

Entre os desafios que esse ambiente cria está a necessidade de se adotarem abordagens consistentes e efetivas frente aos conteúdos que aumentem a confiança do usuário, sem restringir oportunidades *on-line* ou os direitos de outros usuários da Internet. Uma anomalia largamente reconhecida no ambiente emergente da Internet é o limite cada vez mais indefinido entre as formas tradicionais de consumo de mídia e novos serviços e dispositivos conectados que crianças e adolescentes adotam (EUROPEAN COMMISSION, 2013). Em particular, o conteúdo presente no mesmo dispositivo pode estar sujeito a diferentes regimes de regulamentação, resultando em confusão para o usuário, com implicações importantes no provimento de segurança e conscientização.

Enquanto provedores de serviços de mídia e organizações de mídia profissional têm a responsabilidade editorial sobre sua produção como um todo, sujeita a regulamentações e legislações existentes, a proliferação de conteúdo criado por usuários oriundos de diferentes partes do mundo, que pode não estar sujeito a nenhuma supervisão regulatória, exceto no caso de termos de serviço aplicados por provedores de serviço de Internet, cria novos tipos de riscos.

Pesquisas mostram que preocupações com conteúdo continuam aparecendo com destaque entre os assuntos que incomodam crianças e adolescentes. Ao responderem a perguntas abertas sobre o que as incomoda *on-line*, como parte da pesquisa EU Kids Online 2010, os jovens relataram que conteúdos potencialmente danosos (tais como pornografia ou conteúdo violento) estão no topo da lista de preocupações, constituindo mais de metade de todos os riscos mencionados (LIVINGSTONE *et al.*, 2013). Preocupações similares foram encontradas entre crianças brasileiras, entre elas os conteúdos relacionados com pornografia e conteúdo violento/agressivo como as duas experiências mais relatadas (BARBOSA *et al.*, 2013).

Conteúdos mercadológicos também representam riscos, como exemplos recentes atestam, nos quais práticas de *merchandising* e uma maior alcance de anúncios e de conteúdos comerciais ganha proeminência entre riscos que afetam crianças, particularmente os grupos de menor idade.² Micropagamentos e compras dentro de aplicativos, assim como riscos potenciais de jogos de azar e *downloads* ilegais, são áreas que exigem cada vez mais atenção.

A pesquisa desempenha papel vital nesse esforço político ao contribuir com informações atualizadas sobre como crianças e adolescentes utilizam tecnologia e ao apontar riscos emergentes. As principais tarefas para os pesquisadores são identificar riscos reais em oposição a riscos supostos, apoiar políticas com evidências fortes e confiáveis e comunicar as pesquisas a toda a gama de atores interessados. O trabalho da EU Kids Online fornece um exemplo notável dentro do contexto europeu, proporcionando um modelo para pesquisa sobre o uso de tecnologias de informação e comunicação (TIC) entre crianças e adolescentes no Brasil (LIVINGSTONE *et al.*, 2011a). Por meio de uma análise sistemática da base de evidências e uma abordagem rigorosa de pesquisa sobre a experiência *on-line* de jovens em toda a Europa, a rede estabeleceu um parâmetro para medir uma ampla gama de riscos

² A partir de reclamações nos Estados Unidos sobre compras dentro de aplicativos, a Apple chegou a um acordo com a Comissão Federal de Comércio dos Estados Unidos para reembolsar US\$32,5 milhões aos consumidores. O Google enfrenta um processo similar relacionado a cobranças irregulares na Play Store sem o conhecimento dos pais. Ver: <[http://news.cnet.com/8301-13579_3-57617270-37/apple-to-refund-at-least-\\$32.5m-for-kids-in-app-purchases/](http://news.cnet.com/8301-13579_3-57617270-37/apple-to-refund-at-least-$32.5m-for-kids-in-app-purchases/)>.

associados a conteúdos – assim como as formas arriscadas de contato e de conduta – para crianças no seu uso de Internet (LIVINGSTONE *et al.*, 2011b).³

REGULANDO O CONTEÚDO

Proteger as crianças e adolescentes de conteúdo inadequado que pode ser danoso ao seu desenvolvimento tem sido uma pedra angular da política pública de Internet para crianças/adolescentes. Determinar qual conteúdo é inadequado para crianças e para quais faixas etárias, entretanto, gera contestações. Materiais xenofóbicos e imagens de abuso sexual de crianças entram na categoria de conteúdo ilegal em quase todas as jurisdições. Em tais instâncias, o que é considerado ilegal no mundo *off-line* também o é no mundo *on-line*, e a única questão é garantir a operação e o cumprimento efetivos de leis aplicáveis. Para outros conteúdos, que podem ser considerados potencialmente danosos, mas não ilegais, o fornecimento de proteção varia consideravelmente. Tais riscos podem incluir conteúdo violento, na Internet e em *videogames*, conteúdo “adulto” ou pornográfico, conteúdo racista ou formas de discurso de ódio e conteúdos comerciais que podem atingir crianças e adolescentes de maneiras para as quais eles não estão preparados.

A regulamentação de conteúdo ilegal, incluindo material de abuso infantil ou material racista ou extremamente violento, tipicamente, depende de formas de cooperação internacional entre aplicadores de lei, indústria e outras parcerias público-privadas para monitoramento e repressão, quando for o caso, de conteúdo *on-line* ilegal e criminoso. Filtros obrigatórios em âmbito nacional são aplicados somente em um número limitado de países (vigentes na Turquia; e propostos na Austrália). Mais frequentemente, eles são aplicados de forma voluntária; por exemplo, como recomendado para países dentro da União Europeia sob a Diretiva de 2011 sobre combate a exploração sexual de crianças e a pornografia infantil (EUROPEAN UNION, 2011). A filtragem nos provedores de serviço de Internet daqueles conteúdos que não são ilegais, mas que são reconhecidos como inapropriados para crianças e adolescentes, ainda é largamente voluntária, mesmo em um país como a Turquia, onde censura rigorosa geral é aplicada (OSCE, 2010).

No ambiente da mídia tradicional, a regulamentação de conteúdo é parte proeminente das políticas nacionais de audiovisual da maioria dos países e, até certo ponto, nos marcos referenciais para políticas públicas *on-line* (OECD, 2008). Um banimento geral de conteúdo ilegal, *off-line* e *on-line*, por exemplo, está previsto de forma quase universal. Nos Estados Unidos e no Canadá, há uma tendência a não haver legislação específica para a Internet governando o conteúdo, enquanto outros países, incluindo Japão, Turquia e Coreia do Sul, aprovaram leis dedicadas à governança do conteúdo *on-line*. Entre esses extremos, a maioria dos países europeus, Austrália e Nova Zelândia se apoiam largamente na aplicação de leis existentes que

³ A EU Kids Online é uma rede temática multinacional que tem por objetivo estimular e coordenar a investigação sobre uso, atividades, riscos e segurança *on-line* das crianças. Ela emprega múltiplos métodos para mapear as experiências de Internet em processo de mudança de crianças e pais europeus. Ela também mantém diálogo ativo com atores políticos nacionais e europeus. Ver: <<http://www.eukidsonline.net>>.

são suplantadas por uma legislação “informal” na forma de modelos de autorregulamentação e corregulamentação para aplicação de restrições de idade aos conteúdos.

Conteúdos potencialmente criados pelos usuários representam uma área relativamente nova, na qual crianças e adolescentes acessam ou mesmo dão origem a conteúdos com discursos racistas ou de ódio, uso de drogas, promoção de anorexia/bulimia ou conversas sobre formas de cometer suicídio. Enquanto tal conteúdo está sujeito a termos de uso adotados pelos provedores de serviço envolvidos, são evidentes as demandas por maior vigilância por parte dessas empresas, em conjunto com pressões crescentes por censura de conteúdo (DEIBERT, 2008).

CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DE CONTEÚDOS

Uma forma de abordagem da regulação de conteúdo que não é ilegal mas pode ser danoso para o desenvolvimento dos jovens é a tentativa de desenvolver modelos apropriados de classificação indicativa de conteúdo. Classificar conteúdo *on-line* tem a intenção de dar aos pais uma melhor possibilidade de julgar a adequação de conteúdo para seus filhos e para tornar os sistemas de filtragem mais efetivos. Na União Europeia, o desenvolvimento de sistemas efetivos e transparentes de classificação indicativa tem sido parte da política para uma Internet mais segura desde o desenvolvimento do primeiro *Safer Internet Action Plan*. Preocupações com os efeitos de conteúdo violento de *videogames* levaram ao primeiro sistema voluntário de avaliação para jogos de consoles, desenvolvido pela *Entertainment Leisure Software Publishers Association*, situada na Grã-Bretanha. Entretanto, com a proliferação de sistemas nacionais de classificação indicativa e a conseqüente confusão por parte dos consumidores, o sistema *Pan European Game Information* (PEGI) foi introduzido em 2003. O desenvolvimento das notas PEGI marca uma mudança do sistema de classificação etária baseado na legislação, já conhecido no ambiente da mídia tradicional, para um modelo baseado em rotulagem, descrições de conteúdo e indicações de adequação etária (MCLAUGHLIN, 2007). O sistema é voluntário e é operado pelos fabricantes e desenvolvedores de jogos. Ele inclui símbolos de classificação etária (3+, 7+, 12+, 16+ e 18+) e descritores de conteúdo (linguagem inapropriada, discriminação, drogas, medo, jogos de azar, sexo e violência). Frequentemente visto como um case de sucesso da abordagem de corregulamentação, ele foi adotado pela maioria dos países na Europa, com forte apoio da Comissão Europeia, e reforça a base legislativa da classificação de jogos em países como Irlanda e Grã-Bretanha.

Tentativas de estender os sistemas de classificação indicativa de conteúdo para a esfera *on-line* têm obtido menos sucesso. O PEGI Online, um complemento ao sistema PEGI, foi criado especificamente para conteúdo de jogos *on-line* usando um sistema de rotulagem similar e apoiado por um código industrial de práticas. No entanto, o sistema tem participação limitada. Outros esforços para promover modelos de classificação indicativa para conteúdos *on-line* incluem a *Internet Content Rating Association* (ICRA) e uma iniciativa de autorregulamentação estruturada internacionalmente (MACHILL *et al.*, 2002). Esse sistema de descrição de conteúdo teve a intenção de permitir que desenvolvedores web autotranscrevam conteúdos utilizando categorias para destacar a presença ou falta de nudez ou conteúdo sexual e a representação de violência ou outros conteúdos potencialmente danosos, tais como jogos de azar, drogas e

álcool. O sistema teve apoio limitado da indústria e, em 2010, foi absorvido pela organização Family Online Safety Institute (FOSI) (ARCHER, 2012).

Esforços para revigorar a classificação indicativa de conteúdo para o mundo *on-line* foram tratados pela *CEO Coalition*, a aliança de companhias de Internet reunidas por Neelie Kroes, a vice-presidente da Agenda Digital da Comissão Europeia. A coalização, composta por mais de 30 empresas na Europa, foi convocada para focar em cinco áreas-chave da segurança da Internet: implementação de ferramentas simples e robustas de denúncia; criação de configurações de privacidade apropriadas para cada idade; uso mais difundido de classificação indicativa de conteúdo; maior disponibilidade e uso de controles parentais; e, finalmente, retirada efetiva de material relacionado a abuso infantil.⁴ Questões de conteúdo aparecem em várias dessas áreas, mas particularmente em relação ao apoio ao uso mais difundido da classificação indicativa de conteúdo. As áreas nas quais foram identificadas falhas significativas incluíram a classificação de aplicativos e conteúdo criado por usuários, leitura automática e interoperabilidade.

A *CEO Coalition* recomenda que seus membros forneçam classificações de conteúdo comercial *on-line* baseadas em sistemas de classificação atualmente em uso em toda a União Europeia para conteúdos profissionais. Somado a isso, ela se comprometeu a garantir que a classificação de aplicativos seja baseada em autocertificação pelo desenvolvedor como parte integral do processo de submissão. Nessa abordagem, o desenvolvedor continua responsável pela classificação, mas pode ser apoiado pela plataforma ou provedor de classificações por meio de orientação ou avaliação. O esquema recomenda categorias de classificação de fácil entendimento para os consumidores, assim como um mecanismo para que os consumidores deem *feedback*, relatem um problema ou registrem uma reclamação sobre a classificação de um aplicativo. Em relação a conteúdos gerados pelos usuários, membros se propõem a cooperar e testar a eficácia de soluções técnicas enquanto promovem campanhas de educação e informação. Claramente, essa é a área que oferece o maior desafio; conforme a rede mundial de computadores se expande e mais pessoas compartilham conteúdo *on-line*, são criados novos dilemas para conteúdo tanto ilegal quanto danoso. As recomendações até hoje incluem o fornecimento de informações relevantes e facilmente acessíveis em Termos de Serviço sobre conteúdo ilegal e usos de serviço com informações detalhadas sobre como denunciar conteúdo que se julga violar as orientações/termos de serviço mediante um sistema de sinalização ou outras ferramentas de denúncia.

CONCLUSÃO

Acordos de autorregulamentação apoiados pela indústria têm estado entre as iniciativas não legislativas mais importantes criadas para promover práticas mais seguras na Internet. No contexto europeu, o uso mais seguro de comunicações móveis e redes sociais mais seguras têm sido dois setores-chave, nos quais os provedores da indústria têm, com apoio da Comissão Europeia, desenvolvido um código de práticas em relação à segurança infantil (GSMA, 2007; EC, 2009). A área de conteúdo é suscetível a mostrar-se mais desafiadora, ainda que pedidos

⁴ Ver: <<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/self-regulation-better-Internet-kids>>.

por soluções mais efetivas em relação a conteúdo inapropriado e filtros para controle parental tenham colocado uma maior pressão por avanços da parte das empresas. Operadores da indústria são considerados os mais bem-equipados para responder a mudanças rápidas na tecnologia e no mercado por meio de iniciativas como a *CEO Coalition for a Better Internet for Kids* (para citar o título na íntegra), e eles comprometeram-se a fornecer informações melhores e mecanismos mais efetivos para usuários controlarem o conteúdo que desejam acessar. Caso essa abordagem não consiga cumprir seus objetivos, a autorregulamentação, que por tanto tempo tem sido a fundação de uma nova política de mídia, vai ser cada vez mais escrutinizada conforme governos e cidadãos exijam que os padrões que se aplicam no ambiente da mídia tradicional sejam transferidos de alguma forma mensurável para a arena da nova mídia.

REFERÊNCIAS

- ARCHER, P. *ICRAfail. A Lesson For the Future*. 2012. Disponível em: <<http://philarcher.org/icra/ICRAfail.pdf>>. Acesso em: 11 ago. 2014.
- BARBOSA, A. et al. *Risks and safety on the Internet: comparing Brazilian and European children*. London, LSE: EU Kids Online, 2013. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/54801/1/EU_kids_online_brazil_report_21_nov.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2014.
- COUNCIL OF EUROPE. *Protecting children from harmful content*. Strasbourg: Council of Europe, 2009.
- DEIBERT, R. *Access denied: the practice and policy of global Internet filtering*. Cambridge, MA: MIT, 2008. Disponível em: <<http://www.loc.gov/catdir/toc/ecip0713/2007010334.html>>. Acesso em: 11 ago. 2014.
- EUROPEAN COMMISSION. *Green Paper On The Protection Of Minors And Human Dignity In Audiovisual And Information Services*, COM(96) 483 final, 1996
- . *Illegal and Harmful Content on the Internet*, COM(96) 487, 1996
- . *Safer Social Networking Principles for the EU*. 2009. Disponível em: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/sn_principles.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2014.
- . *Green Paper COM (2013) 231 final. Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values*. 2013. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2013:0231:FIN:EN:PDF>>. Acesso em: 11 ago 2014.
- EUROPEAN UNION. *Directive 2011/92/EU of the European Parliament and of the Council of 13 December 2011 on combating the sexual abuse and sexual exploitation of children and child pornography, and replacing Council Framework Decision 2004/68/JHA.2011*. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32011L0093>>. Acesso em: 11 ago. 2014.
- FACER, K. After the moral panic? Reframing the debate about child safety online. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, v.33, p.397-413, 2012.
- GSMA. *European Framework for Safer Mobile Use by Younger Teenagers and Children*. 2007. Disponível em: <<http://www.gsma.com/gsmaeurope/safer-mobile-use/european-framework/>>. Acesso em: 11 ago. 2014.
- LIVINGSTONE, S. et al. *EU Kids Online. Final Report*. London, LSE: EU Kids Online, 2011a.
- LIVINGSTONE, S. et al. *Risks and safety on the Internet: The perspective of European children. Full Findings*, London, LSE: EU Kids Online, 2011b.

LIVINGSTONE, S. *et al.* *In their own words: What bothers children online?* LSE, London: EU Kids Online, 2013.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. *Children, risk and safety on the Internet: Research and policy challenges in comparative perspective.* Bristol: Policy Press, 2012.

MACHILL, M.; HART, T.; KALTENHUSER, B. Structural development of Internet self-regulation: Case study of the Internet Content Rating Association (ICRA). *Info*, v.4, p.39-55, 2002.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile. Risks and opportunities.* Milano: Educatt, 2014. Disponível em: <http://www.netchildrengomobile.eu/wp-content/uploads/2013/07/Ncgm_Full.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2014

McLAUGHLIN, S. Violent Video Games – Can Self Regulation Work. *Communications Law. Journal of Computer Media and Telecommunications Law*, v.12, p.157-167, 2007.

MEIKLE, G.; YOUNG, S. *Media convergence: networked digital media in everyday life.* Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012.

OECD. *OECD Policy Guidance for Digital Content.* 2008. Disponível em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/20/54/40895797.pdf>>. Acesso em: 11 ago. 2014.

_____. *The Protection of Children Online: Risks Faced by Children Online and Policies to Protect Them.* 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/5kgcjf71pl28-en>>. Acesso em: 11 ago. 2014.

OSCE. *Report of the OSCE Representative on Freedom of the Media on Turkey and Internet Censorship,* 2010. Disponível em: <<http://www.osce.org/fom/41091>>. Acesso em: 11 ago. 2014.

TAMBINI, D.; LEONARDI, D.; MARSDEN, C. T. *Codifying cyberspace: communications self-regulation in the age of Internet convergence.* London: Routledge, 2008.

THIERER, A. Technopanics, Threat Inflation, and the Danger of an Information Technology Precautionary Principle. *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, v.14, p.311-385, 2013.

BRASIL, PORTUGAL, EUROPA: GÊNERO E ACESSO MÓVEL À INTERNET POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Cristina Ponte¹

INTRODUÇÃO

Resultados da primeira edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil, realizada entre abril e julho de 2012, e da pesquisa europeia EU Kids Online, realizada dois anos antes em 25 países, evidenciaram que, entre as crianças e adolescentes que acessam a Internet nos dois continentes, havia padrões comuns de uso. Como se assinalou no relatório que comparou Brasil e Europa (BARBOSA *et al.*, 2013), essas semelhanças apontam para uma cultura e uma socialização digital transnacional, que não ignoram, contudo, contextos e recursos nacionais e mesmo regionais. A partir de um olhar externo e considerando a pesquisa europeia em curso, este texto revê sumariamente os resultados brasileiros de 2012, oferecendo um contexto para a análise dos dados da segunda edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil. Sua atenção centra-se no gênero – marca central da identidade – e na mobilidade dos meios de acesso.

Em 2012, estimou-se que 60% das crianças e adolescentes de 9 a 16 anos acessavam a Internet, em uma tendência de crescimento acentuado que as estatísticas do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) vieram a apresentar. Na localização dos meios de acesso, o Brasil estava à frente da média europeia de 2010 em relação a *lanhouses* (35% contra 12%) e ao acesso em movimento, através do celular (18% contra 8%). O contraste entre esses dois pontos ilustra a diversidade da sociedade brasileira nas dinâmicas de penetração do meio digital.

O celular ocupava a segunda posição entre os tipos de equipamentos utilizados para acessar a Internet (21%), atrás do computador de mesa compartilhado com a família, mencionado por 38% das crianças e adolescentes. Ultrapassava o computador próprio, com 20%, e deixava longe os *laptops/notebooks*, pessoais ou compartilhados, novidades digitais da primeira década do novo século, na casa dos 9-10%. Como em outros países onde a penetração digital ocorreu

¹ Doutora em Ciências da Comunicação, tem livre-docência em Estudos dos Media e do Jornalismo. Professora Associada no Departamento de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e membro do Centro de Investigação em Sociologia (CENJOR). Coordena a equipe da pesquisa EU Kids Online de Portugal.

mais tardiamente, crianças e adolescentes brasileiros entravam na Internet por intermédio de celulares, dispositivos móveis, leves, personalizados e em rede.

Esses resultados de 2012 diferem do que se destacou em Portugal em 2010. Políticas de incentivo à posse de computadores portáteis por parte de estudantes – com grande adesão das famílias, nomeadamente as de menores recursos e para as quais essas políticas constituíram uma oportunidade – colocaram as crianças e adolescentes portugueses na liderança europeia em acesso à Internet por essa via.

Os portáteis usados pelas crianças portuguesas eram, sobretudo, os pequenos computadores da linha Magalhães. Destinados a faixas etárias dos 6 aos 12 anos, inseriam-se no programa *e-escolinha*, do Plano Tecnológico para a Educação, que terminaria em 2012. Foi também em 2012 que os *tablets* e sobretudo os *smartphones* se afirmaram mundialmente, tendo-se tornado os mais almejados objetos tecnológicos entre crianças e adolescentes. Hoje, os computadores portáteis Magalhães são uma raridade nas escolas e, em casa, muitas crianças dessa geração substituíram-nos por dispositivos móveis, mais potentes, mais rápidos e menos associados à infância (PONTE, no prelo).

No Brasil, os resultados de 2012 confirmam que a infraestrutura e as condições econômicas exercem influência sobre o acesso à rede através de dispositivos móveis. Nas regiões Norte e Centro-Oeste, 39% das crianças e adolescentes acessavam a Internet por meio do celular, 13% no Nordeste e 21% no Sul e Sudeste. As crianças das classes AB e C acessavam mais a Internet através de dispositivos móveis do que as das classes DE (respetivamente 25%, 22% e 12%). A proporção do acesso por celulares crescia com a idade.

Para este artigo, quisemos saber como a dimensão de gênero se refletiu nos acessos a meios digitais no Brasil por parte de crianças e adolescentes a partir do olhar sobre resultados portugueses, nos quais encontramos claras diferenças entre meninos e meninas. Quisemos também averiguar as atividades realizadas por parte de quem dispõe ou não de recursos móveis, confrontando resultados com pesquisas em curso na Europa.

MENINOS E MENINAS USUÁRIOS DE INTERNET

A distribuição da amostra da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012 (CGI.br, 2013) por sexo foi equilibrada: 49% dos respondentes da pesquisa eram do sexo masculino e 51% eram do sexo feminino. A distribuição por sexo com dois grupos etários, na Tabela 1, revela diferenças nas formas como meninos e meninas do Brasil acessam os meios digitais.

TABELA 1
BRASIL: TIPOS DE EQUIPAMENTO UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET, POR SEXO E IDADE (2012) (%)

Equipamentos utilizados para acessar a Internet no domicílio	Masculino 9-12	Feminino 9-12	Masculino 13-16	Feminino 13-16
Um computador de mesa que a sua família divide	41	33	40	39
Um celular para navegar na Internet	10	16	30	29
Um computador de mesa que seja seu	15	22	22	21
Um <i>laptop/notebook</i> que seja seu ou que você possa levar para seu quarto	6	8	12	11
Um <i>laptop/notebook</i> que a sua família divide e que você não pode levar para seu quarto	10	8	11	8
Usar um videogame como o PlayStation para navegar na Internet	2	3	5	4
Usa <i>tablets</i> para navegar na Internet	2	1	4	1
Usa uma televisão (TV) para navegar na Internet	1	1	1	2
Outros	17	15	18	16

Fonte: TIC Kids Online Brasil 2012.

Nos domicílios, verifica-se uma nítida diferença dos meios de acesso nos dois grupos etários. Entre os mais novos (9 a 12 anos), há uma maior associação das meninas a equipamentos que reportam como seus: o computador de mesa, o celular, o computador portátil e até mesmo o console de jogos. As diferenças percentuais em relação aos meninos dessa idade são na ordem dos seis ou sete pontos no caso do computador de mesa e do celular, os meios de acesso mais mencionados. Os meninos com idades entre 9 e 12 anos lideram na referência a acessos por intermédio de dispositivos compartilhados, sobretudo o computador de mesa. Essa diferença acentuada nos meios de acesso não se verifica entre adolescentes, para os quais os valores apresentam uma ligeira vantagem para o sexo masculino.

Entre equipamentos não disponíveis no domicílio as diferenças são reduzidas, com ligeira vantagem do sexo masculino, para os mais novos e mais velhos.

Os resultados da Tabela 1 sugerem que o gênero exerce influência nos meios de acesso à rede utilizados no final da infância. É como se as meninas brasileiras entre 9 e 12 anos pressionassem mais os seus pais para terem equipamentos próprios para acessar a Internet em casa e conseguissem melhores resultados nessa demanda do que os meninos da mesma idade. Fica registrada a hipótese.

Contudo os resultados portugueses de 2010 revelam tendências diferentes por gênero, como se pode verificar na Tabela 2. O acesso a portáteis distribuía-se equitativamente, possível consequência de políticas de incentivo ligadas à escola e à educação. Entre os mais novos, os meninos lideravam no acesso por computadores e consoles de jogos, enquanto as meninas lideravam ligeiramente no acesso à rede através do celular, outros dispositivos móveis e televisão. Entre os adolescentes, verificava-se claro predomínio do sexo masculino em todos os meios de acesso.

TABELA 2
PORTUGAL: MEIOS DE ACESSO À INTERNET, POR SEXO E IDADE (2010) (%)

Meios de acesso	Masculino 9-12	Feminino 9-12	Masculino 13-16	Feminino 13-16
Portátil pessoal	62	63	68	68
Computador de mesa partilhado	42	36	47	37
Portátil partilhado	36	30	39	36
Computador de mesa pessoal	31	30	37	33
Telemóvel (celular)	26	28	40	32
Aparelho de TV	29	33	30	23
Console	30	17	37	15
Outros dispositivos móveis	3	5	13	7

Fonte: EU Kids Online 2010.

As mediações parentais nos usos da Internet também revelaram diferenças. As meninas afirmavam falar mais frequentemente com os pais, em ambas as faixas etárias, e os meninos pareciam ser ligeiramente mais encorajados a explorar a Internet. Sobretudo entre os mais novos, atividades que implicavam compartilhamento direto ou a presença dos pais eram também mais acentuadas entre os meninos (SIMÕES, 2012). Para políticas de educação e de comunicação com as famílias, seria interessante averiguar as mediações parentais no Brasil, em particular entre as crianças mais novas.

RECURSOS PARA ATIVIDADES NA REDE

Os resultados da TIC Kids Online Brasil 2012 destacaram a elevada referência ao uso da Internet para acessar redes sociais por parte de crianças e adolescentes (em segundo lugar, depois da referência aos trabalhos escolares). Aproximadamente 68% acessavam redes sociais. Mais de metade, 53%, visitavam uma rede social todos os dias ou quase todos os dias e trocavam mensagens instantâneas com amigos e contatos. Outras atividades de comunicação estavam entre as mais frequentes: postar uma mensagem num *site* ou enviar/receber *e-mails* eram realizadas por 39%. Em sexto lugar em frequência surgia “assistiu vídeos” (37%). Em sétimo, apareciam os jogos com outras pessoas na Internet (35%). A tônica brasileira sugere uma cultura digital fortemente ligada à comunicação.

A Tabela 3 apresenta a proporção da realização diária ou quase diária de algumas das atividades inquiridas, no Brasil e em cinco países europeus (Dinamarca, Irlanda, Itália, Reino Unido e Romênia) que participam no projeto Net Children Go Mobile².

² Projeto financiado pelo Programa Europeu Safer Internet Plus, da Comissão Europeia, que envolveu inicialmente quatro países: Dinamarca, Itália, Romênia e Reino Unido. Outros três países, Portugal, Irlanda e Bélgica, juntaram-se mais tarde, com financiamento próprio. O projeto combina um inquérito representativo nacional com pesquisa qualitativa (entrevistas e grupos focais com crianças e adolescentes, pais e professores). No momento em que se escreve este texto decorre o trabalho de campo em Portugal e na Bélgica. Mais informações disponíveis em: <<http://www.netchildrengomobile.eu/>>.

TABELA 3
BRASIL E MÉDIA DE CINCO PAÍSES EUROPEUS: COMPARAÇÃO DE ATIVIDADES
REALIZADAS TODOS OS DIAS OU QUASE TODOS OS DIAS (%)

Atividades realizadas	Brasil (2012)	Média de 5 países europeus (2013)
Frequentar redes sociais	53	58
Trocar mensagens instantâneas	53	48
Baixar músicas e filmes	44	23
Colocar mensagens em sites e blogs	39	16
Ver vídeos	37	56
Jogar on-line	35	33
Fazer trabalhos escolares	13	35

Fonte: TIC Kids Online Brasil 2012; Net Children Go Mobile 2013.

Nos dois continentes, a liderança em frequência diária pertence a atividades de comunicação: cerca de metade declara visitar redes sociais e usar mensagens instantâneas. Por sua vez, os jogos são apontados por aproximadamente um terço dos usuários, de um lado e de outro, como atividade muito frequente. Nas restantes atividades há variações, nomeadamente entre práticas de apropriação (baixar materiais *on-line*), mais frequentes no Brasil, e de assistir a conteúdos *on-line*, mencionadas por mais de metade na Europa. Entre as atividades mais frequentes nos cinco países europeus aparecem os trabalhos escolares (35%), que foram mencionados por 13% dos respondentes brasileiros.

Note-se que duas das opções mais escolhidas na pesquisa Net Children Go Mobile, realizada em 2013, não surgiram nas questões da TIC Kids Online Brasil 2012: “ouvir música” apareceu em segundo lugar (57%); “procurar informação que satisfaça a curiosidade” apareceu em sexto (34%). Também desapareceu da lista europeia o item “enviar e receber *e-mails*”, bastante presente no Brasil em 2012.

Uma das questões do projeto Net Children Go Mobile é averiguar se, pela expansão potencial do leque de oportunidades, a Internet móvel está promovendo um repertório específico de atividades de comunicação e de entretenimento, relegando para plano secundário atividades de dimensão educativa. Como se lê no seu relatório, “procura-se compreender e distinguir a experiência da Internet através de meios móveis – nomeadamente os *smartphones* – da experiência vivida com o computador de mesa em termos de oportunidades e de riscos” (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2013:5). Os resultados indicam que quem possui esses aparelhos digitais se envolve mais em atividades numa base diária, sem que isso signifique que apenas use esses meios para acessar a rede.

O que nos dizem os resultados da TIC Kids Online Brasil 2012 sobre quem pode acessar a Internet por meios móveis e quem não tem essa possibilidade? A Tabela 4 apresenta a distribuição das atividades entre as faixas de 9 a 12 anos e 13 a 16 anos.

TABELA 4
BRASIL: USO E NÃO USO DE MEIOS MÓVEIS DE ACESSO À INTERNET, POR IDADE (2012) (%)

Atividades/ Meios móveis	09-12 anos		13-16 anos	
	Usa	Não usa	Usa	Não usa
Usar a Internet para trabalho escolar	74	77	83	88
Visitar um perfil/página de uma rede social, como o Orkut, Facebook	73	53	87	75
Assistir a vídeos (por exemplo, no You Tube)	79	56	77	71
Jogar <i>games</i> /jogos com outras pessoas na Internet	47	61	45	51
Usar mensagens instantâneas com amigos ou contato	60	37	71	64
Enviar/receber <i>e-mails</i>	46	32	69	61
Baixar músicas ou filmes	39	26	74	53
Ler/assistir às notícias na Internet	33	26	66	52
Colocar (ou postar) fotos, vídeos ou músicas	36	24	62	51
Ficar um tempo num mundo virtual	33	14	20	16
Criar um personagem, bicho de estimação ou avatar	29	15	19	15
Usar uma <i>webcam</i>	10	10	22	15
Entrar em salas de bate-papo	10	8	21	12
Usar <i>sites</i> de compartilhamento de arquivos	4	3	13	8

Fonte: TIC Kids Online Brasil 2012.

Apenas duas das 14 atividades da lista foram mais reportadas por quem não tinha meios móveis de acesso: usar a Internet para trabalhos escolares e jogar *games*/jogos com outras pessoas. Em termos de gênero e idade, as maiores diferenças entre atividades encontram-se entre as crianças de 9 a 12 anos que dispõem ou não de meios móveis – aos quais meninas têm mais acesso, como verificamos. As diferenças percentuais relativas a visitar redes sociais, assistir a vídeos e enviar mensagens instantâneas são maiores nesse grupo etário do que no dos adolescentes.

Entre adolescentes, em que as variações no acesso são reduzidas, como vimos, as maiores diferenças entre quem dispõe ou não de meios móveis ocorrem em atividades como baixar músicas e filmes e procurar seguir notícias, muito mais realizadas pelos que têm meios móveis.

CONCLUSÃO EM ABERTO

Com as cautelas que uma análise apenas quantitativa exige, as diferenças que identificamos entre os meios de acesso por parte das crianças e adolescentes do Brasil comparativamente a Portugal e entre os dois grupos etários desafiam a pensar questões relacionadas com a construção de gênero desde a infância. Sem reduzir a atenção a desigualdades estruturais de ordem socioeconômica, será enriquecedor para o conhecimento observar mediações familiares, da sociedade e da cultura brasileira em relação a meninos e meninas, sobretudo entre os mais novos, na construção da sua identidade. Não é por acaso que as questões de gênero têm adquirido crescente visibilidade internacional nas questões sobre acessos, usos, riscos e oportunidades da Internet (TSATSOU *et al.*, 2009; LIVINGSTONE *et al.*, 2013; MASCHERONI; PASQUALI, 2013; MESCH, 2013).

Em 2014, a segunda edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil vai coincidir com a atualização dos dados portugueses sobre acessos e usos das redes, por via da participação do país no projeto Net Children Go Mobile, permitindo dispor de resultados representativos longitudinais nos dois países. Outra frente a integrar nesse conhecimento vem da própria voz de meninos e meninas: como vivem o seu acesso ao digital, como experimentam as suas oportunidades e como lidam com os seus riscos. A colaboração entre pesquisadores portugueses e brasileiros tornou possível o primeiro projeto comum que explora essas dimensões qualitativas nos dois países, o projeto TIC Kids Online Brasil-Portugal, coordenado por Inês Vitorino, da Universidade Federal do Ceará, no Brasil, e por mim, em Portugal.

Para além da comunicação e da educação, o olhar da sociologia da infância também poderá densificar a leitura de resultados, em um conhecimento indispensável para a formulação de políticas de inclusão e participação digital.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, A. *et al.* *Risks and safety on the internet. Comparing Brazilian and European results*. Londres: LSE, 2013. Disponível em: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Brazil-report-21nov-final.pdf>>. Acesso em: 6 jul. 2014.

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

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, risk and safety on the internet*. Bristol: Policy Press, 2012.

MASCHERONI, G.; PASQUALI, F. Dress up and what else? Girls' online gaming, media cultures and consumer culture. *CM - Communication Management Quarterly*, v. 29, p. 79-101, 2013. Disponível em: <<http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1452-74051329079M&redirect=ft>>. Acesso em: 6 jul. 2014.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net children go mobile: Mobile internet access and use among European children*. Initial findings of the Net Children Go Mobile Project. Milano: Educatt, 2013. Disponível em: <http://www.netchildrengomobile.eu/wp-content/uploads/2013/10/1stShortReport_web-colori.pdf>. Acesso em: 6 jul. 2014.

MESCH, G. S. *Internet media and peer sociability*. The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media. London: Routledge, 2013.

PONTE, C. De costas voltadas? Escolas e práticas digitais de crianças (8-12 anos). In: SANTIAGO, I. E. (Ed.) *Mídia-Educação: iniciativas do Brasil, Portugal e Espanha*. Gotemburgo: Nordicom, International Clearinghouse on Children and Media, [no prelo].

SIMÕES, J. A. Mediações dos usos da internet. Resultados nacionais do inquérito EU Kids Online. In PONTE, C. *et al.* (Eds). *Crianças e Internet em Portugal*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2012. p. 121-143.

TSATSOU, P.; PRUULMAN-VENGERFELD, P.; MORRU, M. F. Digital Divides. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. (Eds). *Children online*. Bristol: Policy Press, 2009. p.107-117.

REDES SOCIAIS CADA VEZ MAIS COMPLEXAS

Marcus Tavares¹

Os estudos que abordam a tríade crianças, adolescentes e Internet têm o grande mérito de comprovar hipóteses, mapear práticas e oferecer elementos concretos para a formulação de projetos, ações e, inclusive, políticas públicas. O Brasil carece de tais dados, embora a tríade venha se tornando, aos poucos, objeto de estudo de teses e dissertações das universidades. Nesse sentido, a pesquisa TIC Kids Online Brasil, que mede o uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) entre crianças e adolescentes brasileiros de 9 a 16 anos – e tem como enfoque central as oportunidades e os riscos relacionados ao uso da *web* –, cumpre um papel de extrema importância. Ao aplicar metodologias de pesquisas com maior fôlego e abrangência, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) possibilita o intercâmbio de dados nacionais e internacionais, revela estatísticas e, mais importante do que isso, proporciona estranhamentos, questionamentos e novas indagações. Como professor de duas escolas públicas de Ensino Médio do estado do Rio de Janeiro e jornalista que se dedica à cobertura de temas ligados à mídia e à educação, observo que os resultados de tais pesquisas dialogam diretamente com a minha prática profissional, principalmente em sala de aula.

Os dois principais dados da TIC Kids Online 2012 (CGI.br, 2013) – que as crianças e os adolescentes estão cada vez mais conectados às redes sociais e que para a grande maioria dos pais a Internet não representa perigo – revelam exatamente o contexto das salas de aula de muitas escolas brasileiras, pelo menos das capitais. Nas entrelinhas: o quanto crianças e adolescentes estão experimentando novas relações nas redes sociais sem qualquer tipo de mediação e o quanto escolas e famílias estão despreparadas para lidar com tal cenário.

É uma realidade: crianças e jovens chegam à sala de aula já conectados à *web* por meio de seus celulares. Muitos com aparelhos de última geração, o que teoricamente não condiz com a renda familiar, mas é explicado pelo crédito fácil, por uma campanha publicitária incessante sobre a importância da conectividade e, principalmente, pelo apelo insistente das próprias crianças e adolescentes. Ter o celular conectado às redes sociais significa pertencimento. Significa fazer parte do mesmo time.

¹ Jornalista. Professor do Ensino Médio e Superior do Rio de Janeiro. Doutor em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ). Pesquisador Associado do Grupo de Pesquisa, Educação e Mídia (Grupem) da Pós-Graduação em Educação da PUC-RJ.

Para os pais, em primeira instância, serve como uma espécie de GPS, um controle dos passos dos filhos, que, espertos, atendem e desligam quando querem. Além disso, presentear-los com o último modelo é uma forma de garantir certa “paz” dentro de casa, afinal muitos responsáveis não têm noção da quantidade de atributos, ferramentas e aplicativos que podem vir a ser utilizados. Confinada às teclas, e, hoje, ao *touch screen*, a geração polegar não incomoda, não aborrece, não atrapalha e fica quieta. A geração ri, “curte”, conversa, chora, compartilha e brinca, sozinha, em casa, mas com diversas pessoas na rede. Incentivada à conectividade e engolida por ela, não há limites.

Embora sejam continuamente discutidos, os problemas ligados a pedofilia, conversas com estranhos e divulgação de dados e fotos pessoais, por exemplo, existem e persistem. Observo que tais riscos são lembrados e comentados pelos pais de qualquer estrato social e mesmo pelos que têm pouca ou nenhuma familiaridade com a Internet. E por que isso acontece? Minha hipótese é porque o tema é recorrente na mídia e no maior meio de comunicação do país, a televisão, ganhando destaque nas novelas e telejornais.

A temática não é de hoje. A novela *Explode coração*, de Gloria Perez, exibida em 1995, pela Rede Globo, já trazia tal contexto. Os protagonistas viviam uma relação amorosa via *web*, experimentando todos os perigos do “falar com os estranhos” que ainda hoje são abordados. Há quase dez anos, em 2005, outro marco. A novela “*América*”, da mesma autora, na mesma emissora, retratou a vida do menino Rique. Viciado na *web*, ele se distanciou da família, deixou de lado os amigos e quase caiu na conversa de um pedófilo.

O telejornalismo também não fica atrás. Um dos últimos casos famosos é o da atriz Carolina Dieckmann, que teve, em maio de 2012, fotos íntimas furtadas de seu computador e postadas na *web*. A discussão do público e privado veio à tona novamente. O caso foi tão comentado, divulgado e discutido que o Senado Federal aprovou, inclusive, e em tempo recorde, projeto de lei que prevê prisão para crimes cibernéticos, por violação de intimidade, que não estão previstos na legislação. O projeto foi batizado de Lei Carolina Dieckmann e sancionado em novembro do mesmo ano pela então presidente Dilma Rousseff.

A influência da televisão nesse tema é, sem dúvida, característica peculiar de nosso país, e aposto que, de certa forma, cria um entendimento, um senso comum, de que tais riscos existem e devem ser evitados. Esse argumento, portanto, já está na ponta da língua dos pais e de seus filhos.

Não creio, porém, que a maioria dos pais tenha a exata noção dos perigos da Internet e de como crianças e adolescentes devam se comportar frente a eles. Daí, talvez, os responsáveis se sentirem seguros, como aponta a pesquisa. Eles, e também os filhos. Acredito que muitas vezes a “patrulha” fica reduzida a uma simples chamada, comentário, fruto desses exemplos da televisão. São suficientes? Absolutamente.

Além dos riscos sublinhados, que não devem ser subestimados ou menosprezados, creio que crianças e adolescentes estão vivenciando outros, de outra ordem e que têm mais que ver com a construção de sua identidade e de sua relação de estar e ser no coletivo. Falo sobre a reputação digital, desenhada a partir do que se publica, “curte” e compartilha nas redes sociais, sobre o respeito ao próximo e o limite entre brincadeira e *cyberbullying*, sobre a percepção do público e do privado, sobre o direito autoral, o plágio e a febre da produção de *memes* (imagem, vídeo ou frase bem-humorada que se espalha na Internet como um vírus, muitas vezes, utilizando-se de imagens de conhecidos, colegas e professores).

O debate em torno das questões apontadas, seja na escola ou na família, é nulo. Uma grande incoerência, pois, para essas crianças e adolescentes (e muitos adultos, é verdade), o que se vive na *web*, nas redes sociais, não pode ser visto mais como uma “vida paralela”, como nos referíamos à Internet há dez anos. Trata-se da vida em tempo real. Os casos de *cyberbullying*, muitas vezes a partir da produção de *memes*, crescem a todo instante. A fronteira entre o público e o privado não existe, sequer se configura em uma questão para boa parte dessa geração, e para muitos adultos também. Pouco – ou nada – fala-se de limites.

Hipóteses? Muitos pais não estão conectados às redes sociais e, caso estejam, lidam pela primeira vez com um espaço participativo, interativo e instantâneo, em que é possível se ver e ver os outros. Em que é possível posicionar a lente da câmera para a sua vida, expondo os melhores ângulos, ideias, comentários e imagens.

Na maioria das vezes, os “problemas” relacionados à atuação das crianças/adolescentes nas redes sociais são descobertos e resolvidos na sala de aula, quando são. Outras vezes acabam na coordenação e, às vezes ainda, na delegacia. Os casos são comuns, mas tratados com cuidado, pois, como se sabe, envolvem crianças e jovens. Nessas horas, responsáveis, pais, professores e as próprias crianças e jovens levam sustos diante dos fatos e das consequências. Verifica-se o (des)lugar que os pais ou responsáveis estão (des)ocupando na vida dos seus filhos. Verifica-se um novo papel que a escola/professor deve interpretar; ou omitir-se cada vez mais.

Neste início de ano, eu mesmo fui vítima de *memes*. Faço uso do Facebook para me comunicar com os estudantes, principalmente com aqueles do Ensino Médio. Por meio de um grupo fechado, encontramos uma forma rápida e dinâmica de trocar informações sobre as atividades da sala de aula, de tirar dúvidas e compartilhar arquivos. Funciona bastante bem. Se antes encontrava a turma uma vez por semana, hoje, por meio da *web*, estamos conectados o tempo todo. Parece que essa relação me aproxima mais dos estudantes. A rede social acaba se transformando numa ágora de trocas de opinião, pela qual passamos a conhecê-los melhor. Durante o carnaval, um grupo de alunos pegou uma foto minha, tirada na escola, e fez uma montagem com foto e legenda, um *meme*, brincando com a minha postura de ser um professor “rígido”, que cobra atenção, respeito e dedicação em sala. Uma brincadeira sem ofensas, dentro do contexto da turma. A imagem era para ser circulada somente no âmbito dos estudantes. No entanto um deles mostrou para um ex-aluno que resolveu publicar no Facebook. Em poucos instantes vi a foto na rede, não no grupo fechado. Não fiquei zangado. Qual estudante nunca fez um desenho do seu professor e o circulou na aula? Os tempos mudaram. A tecnologia está aí. Os celulares, já citados aqui, tiram fotos e você nem percebe. Tais brincadeiras de ontem e de hoje (e de amanhã) fazem parte da cultura da escola. Ir contra a isso é um erro.

Escrevi um texto para todos os envolvidos explicando, mais uma vez, o perigo que corremos nos dias de hoje nas redes sociais: a falta de controle que se tem das informações que se publicam na Internet. As consequências que um *post* pode ter na imagem/reputação das pessoas. Nesse caso, não era nada ofensivo, mas poderia ser. Falei novamente sobre as responsabilidades que cada um tem diante de suas ações, cujas consequências podem não ser as melhores. A tal foto no grupo particular deles ou no nosso estaria dentro de um contexto, de uma realidade. Solta, poderia gerar diferentes significados. Entenderam o recado e excluíram-na. Será que algum responsável tomou conhecimento? Duvido.

Mesmo porque observo, cada vez mais, que essas crianças e adolescentes, desde pequenos, trazem consigo, de forma bem arraigada, a questão da privacidade como um direito. Como é forte o posicionamento das crianças e adolescentes nesse sentido! Eles são capazes de argumentar com lógica e persuasão.

O antigo e simples “eu quero” passa a ser complementado por “eu tenho direito”. Sim, eles têm direitos, que são, cada vez mais, ratificados em legislações nacionais e internacionais. Isso não se discute. O que merece uma reflexão – conjunta de pais/responsáveis, professores e estudantes – é quais são os limites desses direitos.

Quais são os limites da privacidade, da liberdade? As crianças estão preparadas para assumir as consequências de tal privacidade/liberdade? E quais seriam os deveres? Até que ponto esse raciocínio – crianças portadoras de direitos – pode servir como justificativa para os adultos não se posicionarem/envolverem de forma positiva e efetiva na educação das crianças? Qual é o lugar do adulto nessa relação?

Por sua vez, é verdade, nesse universo de direitos e privacidade, algumas crianças e jovens – incitados, em uníssono, pela escola, família, mídia e mercado de trabalho, a serem perfeitos e mais ainda criativos, autônomos e solidários – encontram, nas redes sociais, no uso contínuo e ininterrupto das tecnologias móveis, formas interessantes e positivas de se comunicar, entreter, ganhar dinheiro e, novamente, reivindicar seus direitos. Os exemplos positivos de uso das tecnologias por esses jovens são rapidamente socializados pela grande imprensa, que ajuda a criar uma representação social positiva, junto à sociedade, dos benefícios de tal relação. Reforçando, assim, uma imagem de que as crianças e jovens sabem – como ninguém – dominar as novas linguagens.

Sempre quando escrevo artigos como este, tentando alinhar as gerações de meninos e meninas, a mídia, a escola, a família, num contexto histórico e social do século 21, uma grande amiga, mãe, pergunta-me: “Mas e aí? O que faço?”

Não há respostas porque não há fórmulas. Todo esse questionamento que nós adultos trazemos é historicamente construído. Tais questionamentos existem, pois estamos num processo contínuo de vida e morte de gerações que, ao completarem seus respectivos ciclos, fazem a ponte entre valores e contextos de uma época para outra. Soma-se a isso o fato de que as últimas três gerações foram impactadas por grandes invenções que ocorreram em cerca de apenas dois séculos. Podemos citar a publicidade, o telefone, o rádio, o cinema, a televisão, o computador, a Internet, o celular... Gerações que tiveram de, num curto espaço de tempo, adaptar-se a diferentes tipos de modismos e tecnologias.

Tudo indica que as primeiras décadas deste atual século trarão mais novidades ainda. Não há possibilidades de não vivenciá-las. De negá-las. De proibi-las. O que nos resta é refletir. É dialogar. E hoje, contextualizando com os novos tempos, dialogar com as crianças e os jovens. Não há espaço para ações unilaterais de convencimento. Não é à toa que estão aí as dificuldades – que só crescem – da relação entre pais e filhos. O diálogo é necessário. Mas um diálogo não raso. O que quero dizer: um diálogo crítico, que seja promovido e incentivado tanto na escola quanto na família.

Penso que escola e a família devem ter o compromisso de contribuir, cada vez mais, para a constituição de cidadãos críticos. Não me refiro à crítica como censura, depreciação. Mas, sim, à crítica como a capacidade de avaliar de forma contundente, de ser capaz de analisar

os contextos, as entrelinhas, os interesses em jogo, de fazer conexões e pontes. Trata-se, sem dúvida alguma, de um processo que não se aprende da noite para o dia. Processo, inclusive, influenciado pelo contexto social, cultural e econômico em que se vive.

Independentemente de classe, gênero, cor ou idade, todos os cidadãos podem e devem desenvolver, exercer e praticar a criticidade. Porém, o fato é que faltam espaços para que isso ocorra. Faltam cidadãos críticos que contribuam para a formação de novos cidadãos críticos. Como culpar pais, professores, crianças e jovens se não foram/são oferecidos a eles condições/oportunidades/caminhos para um melhor entendimento do mundo, do contexto, da vida?

REFERÊNCIAS

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *TIC Kids Brasil Online 2012*. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil. São Paulo: CGI.br, 2012. Disponível em: <<http://www.cetic.br/publicacoes/2012/tic-kids-online-2012.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2014.

A INTERNET DOS ADOLESCENTES: UMA GRANDE BIBLIOTECA DE INFORMAÇÕES E UM LUGAR DE AMIZADE

Mário Volpi¹

Ainda que todas as etapas da vida tenham sua relevância própria, a adolescência é uma fase muito importante para o desenvolvimento humano. Sua importância está na vivência de três processos fundamentais para a constituição do sujeito: a autonomia, a identidade e a interação.

A autonomia está relacionada à capacidade do sujeito de fazer escolhas, construir seu espaço para além da família e da escola e assumir gradativamente a condução da própria vida. A dimensão da identidade revela-se nas tentativas de responder ao insistente questionamento interno: quem sou eu? A interação permite-lhe avançar para além das relações construídas no universo familiar e ampliar seu campo de relacionamentos com novos sujeitos, diferentes espaços sociais, culturas e valores.

Em função desses processos e de outros que ocorrem nessa fase do desenvolvimento, é importante que a família, a sociedade e o Estado apoiem os adolescentes para que desenvolvam as competências, habilidades e atitudes que os permitirão participar ativamente da sociedade, ajudando a transformá-la num lugar melhor para todos.

A Internet vem se tornando um campo de interações, vivências e conhecimentos que pode contribuir para que os adolescentes ampliem seu universo de relações, suas fontes de conhecimento e suas formas de expressão. Pode também representar um espaço de vulnerabilidade, de exposição a situações de manipulação e abuso. O que vai determinar um uso positivo ou negativo por parte dos adolescentes não é apenas a Internet em si, pois, em certa medida, ela reproduz as contradições, conflitos e tensões presentes na sociedade. O que vai fazer a diferença é a qualidade das informações, do apoio e do acompanhamento que os pais, educadores e adultos de referência vão oferecer aos adolescentes para que usufruam da melhor maneira possível dessa nova tecnologia de informação e comunicação.

¹ Mário Volpi coordena o Programa Cidadania dos Adolescentes do Unicef no Brasil. É formado em filosofia e mestre em Políticas Sociais.

Independentemente das contradições que o uso da Internet por adolescentes possa ensejar, é importante estabelecer como ponto de partida o que a Convenção sobre os Direitos da Criança² definiu como “direito à liberdade de expressão e direito à comunicação”. Em seu artigo 13, a Convenção estabeleceu que: “A criança terá direito à liberdade de expressão. Esse direito incluirá a liberdade de procurar, receber e divulgar informações e ideias de todo tipo, independentemente de fronteiras, de forma oral, escrita ou impressa, por meio das artes ou de qualquer outro meio escolhido pela criança”. E, no artigo 17, consta que:

Os Estados Partes reconhecem a função importante desempenhada pelos meios de comunicação e zelarão para que a criança tenha acesso a informações e materiais procedentes de diversas fontes nacionais e internacionais, especialmente informações e materiais que visem promover seu bem-estar social, espiritual e moral e sua saúde física e mental.

Embora escrita há 25 anos, a Convenção revela-se, nesse campo específico da comunicação, claramente sintonizada com os desafios de assegurar o direito de crianças e adolescentes e protegê-los contra os abusos. No artigo 16, há a preocupação de que: “Nenhuma criança será objeto de interferências arbitrárias ou ilegais em sua vida particular, sua família, seu domicílio, ou sua correspondência, nem de atentados ilegais a sua honra e a sua reputação. A criança tem direito à proteção da lei contra essas interferências ou atentados”. Sem dúvida, trata-se de um princípio que se faz mais atual do que nunca, não somente nas questões cotidianas do mundo real, mas especialmente no universo virtual.

Para conhecer melhor esse universo, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) vem desenvolvendo estudos que ajudam a entender a forma como crianças e adolescentes interagem na *web*, em especial por meio da pesquisa TIC Kids Online Brasil. Como o recorte etário da TIC Kids Online Brasil, para efeito de comparação com outros países, foi estabelecido entre 9 e 16 anos, o Unicef realizou com o Ibope uma pesquisa específica com adolescentes em 2013, utilizando o recorte etário definido no Estatuto da Criança e do Adolescente: entre 12 e 17 anos de idade.

A TIC Kids Online Brasil, realizada pela primeira vez em 2012, revelou que o universo virtual reproduz alguns aspectos das desigualdades presentes na sociedade (CGI.br, 2013). Quando observados os locais onde as crianças e adolescentes usam a Internet, conclui-se que quanto mais pobre é sua família, mais caro é o acesso³. Enquanto somente 15% das classes A e B fazem uso da Internet em *lanhouses*, esse número chega a 57% nas classes D e E. Como consequência, as crianças pobres são também mais desassistidas pelos pais. Enquanto 18% das crianças e adolescentes de famílias das classes A e B têm a percepção de que seus pais sabem pouco ou nada de suas atividades na Internet, nas classes D e E esse percentual chega a 30%.

² A Convenção sobre os direitos da Criança é de 1989 e foi assinada por quase todos os países membros da ONU. Somente EUA e Somália não assinaram. O conceito de criança inclui também a adolescência, uma vez que ela se refere a toda pessoa com menos de 18 anos de idade.

³ Considerando que quem acessa a Internet na escola, na casa de amigos/parentes ou em centros públicos geralmente não paga por este acesso e quem acessa em casa o faz por meio de pacotes cujo preço é proporcionalmente inferior ao pagamento por hora efetuado nas *lanhouses*.

Outro aspecto importante é que o maior percentual (16%) de crianças que declararam “nunca ter recebido qualquer conselho sobre o uso seguro da Internet de professores, de outros parentes, na TV, rádio ou jornal, biblioteca e outros grupos” foi verificado entre crianças de 9 a 10 anos. Exatamente o público que mais precisa de acompanhamento, informação e apoio.

Quando perguntados sobre as habilidades para o uso de recursos da *web* – como: “marcar um *site* – adicionar a favoritos”; “bloquear as mensagens de uma pessoa”; “encontrar informações sobre como usar a Internet com segurança”, “mudar as configurações de privacidade no perfil de rede social”; “deletar o registro/histórico dos *sites* que você visitou”; “bloquear propaganda indesejada ou lixo eletrônico/*spams*”; “comparar diferentes *sites* para saber se as informações são verdadeiras”; e “mudar as preferências de filtro” –, as meninas revelaram mais habilidade do que os meninos. Somente no caso de “bloquear as mensagens de uma pessoa”, o percentual de entrevistados do sexo masculino que informou ter esta habilidade foi maior do que o dos entrevistados do sexo feminino.

O uso da Internet como uma ferramenta de apoio aos processos pedagógicos na escola ainda é pouco explorado, especialmente para as crianças e adolescentes de famílias mais pobres. Ainda assim, quase a metade (49%) das crianças e adolescentes, segundo a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012, utilizam a rede “uma ou duas vezes por semana” para fazer algum trabalho escolar.

ADOLESCENTES NA INTERNET

No caso da pesquisa realizada em 2013 pelo Ibope para o Unicef (UNICEF, 2013), entrevistando exclusivamente adolescentes entre 12 e 17 anos de idade, observa-se que a questão das desigualdades no acesso à *web* e uso dela fica confirmada e bem-demarcada.

Considerando que o país tem quase 21 milhões de adolescentes, a pesquisa revelou que 30% deles, isto é, mais de 6 milhões de adolescentes, não acessou a *web* nos últimos três meses. É como se um país inteiro, o Paraguai, por exemplo, estivesse excluído da Internet. Adolescentes das regiões Norte e Nordeste do país, negros e indígenas, de famílias de menores faixas de renda e com menor escolaridade compõem majoritariamente o grupo sem acesso à rede.

Enquanto que 80% dos adolescentes das classes A e B têm acesso à *web* na própria casa, nas classes D e E esse percentual é de apenas 27%. O estudo Unicef/Ibope⁴ confirma que os adolescentes mais pobres, além de terem menor acesso à rede, quando o têm pagam mais caro pelo seu uso. Diversão (76%), amizade (66%), trabalho escolar (61%) e busca de informação (40%) são as atividades da Internet mais citadas pelos adolescentes.

Para obter informações sobre os cuidados que os adolescentes tomam ao usar a Internet, perguntou-se sobre a exposição de sua localização quando utilizam as redes sociais. A maioria dos entrevistados (65%) afirma que nunca oferecem essa informação e 24% só dizem onde estão diante de certas condições. Apenas 10% dos entrevistados afirmam que sempre indicam sua localização quando usam as redes sociais. Entretanto esse comportamento não é

⁴ Para facilitar a citação desta pesquisa usaremos o acrônimo Unicef/Ibope. A íntegra do relatório da pesquisa está disponível em <<http://www.unicef.org.br>>.

homogêneo entre as regiões brasileiras. Enquanto apenas 7% dos adolescentes da região Sul sempre informam a sua localização, esse número sobe para 22% na região Norte.

Quanto à divulgação do seu número de telefone em seus perfis, a maioria dos entrevistados (75%) afirmam que nunca o fazem. Sob algumas condições (por confiança ou quando é solicitado), 15% liberam essa informação, e apenas 10% dos adolescentes sempre adicionam o telefone ao seu perfil.

Marcar um encontro presencial com alguém que conhece apenas pela Internet pode representar uma exposição a uma situação de vulnerabilidade. Embora a maioria dos adolescentes que possuem perfil em redes sociais (61%) não tenha o costume de encontrar as pessoas que conhecem via redes sociais, é relativamente alta (39%) a porcentagem dos entrevistados que já vivenciaram essa experiência. Os encontros são mais comuns entre os meninos (48%) do que entre as meninas (31%) e são mais recorrentes nas cidades (40%) do que na zona rural (31%).

A visita a *sites* não recomendados a menores de 18 anos de idade com conteúdo sexual é uma atividade realizada por 19% dos entrevistados.

O percentual de adolescentes que afirmam ter sido discriminados na Internet é de 6%. Quando perguntados se já se sentiram discriminados independentemente do ambiente, 14% dos entrevistados declararam que sim. Quando o dado da discriminação é recortado por cor/raça, fica claro que são os adolescentes pretos⁵ que mais sofreram discriminação racial *on-line* (46%). Para entender esse dado, é preciso ter clareza de que 6% dos respondentes informaram ter sofrido algum tipo de discriminação na rede, mas, quando a pergunta refere-se especificamente à discriminação racial, apenas 2% dos brancos responderam ter sofrido esse tipo de discriminação, contra 46% dos pretos.

Ainda no universo limitado dos 6% que responderam ter sofrido algum tipo de discriminação, encontramos como maior subgrupo (25%) o dos adolescentes que se sentiram discriminados por serem jovens. Outros 14% sentiram-se discriminados por serem pobres, 13% por serem negros e 11% se sentiram discriminados pelas roupas que usam.

Outro aspecto levantado na pesquisa Unicef/Ibope visava obter informação sobre se os adolescentes haviam presenciado alguma situação incômoda na *web*. Nesse caso poderia ser relacionado a qualquer outra pessoa. As respostas indicaram que: 14% já viram alguém ser abordado insistentemente por pessoa desconhecida; 10% já viram alguém ser abordado com conteúdo sexual ou pornográfico; 27% já viram alguém ser discriminado por causa de sua raça/cor e 22% já viram alguém ser desrespeitado por gostar de alguém do mesmo sexo.

Quanto ao acompanhamento dos pais sobre o uso da Internet pelos adolescentes, observa-se que 46% dos adolescentes informaram que seus pais não realizam nenhuma forma de acompanhamento ou controle. Entretanto, quando perguntados em quem buscariam apoio caso sofressem alguma forma de violência na rede, 77% indicaram os pais; 9%, amigos; 6% denunciariam na própria *web*; 5%, a polícia; e 1%, educadores.

⁵ As expressões preto e pardo para identificar a população negra foi utilizada apenas para assegurar alguma comparabilidade com outros estudos.

A INTERNET PELO OLHAR DOS ADOLESCENTES

Os dados acima expostos revelam que tanto a pesquisa TIC Kids Online Brasil como a pesquisa realizada pelo Unicef e Ibope revelam um ambiente de cuidados e oportunidades. Se, por um lado, crianças e adolescentes estão expostos a vulnerabilidades e riscos, por outro, há uma crescente consciência de que se trata de um campo a ser explorado de forma a ampliar o repertório de fontes de conhecimento, os espaços de socialização e de entretenimento.

No caso da pesquisa Unicef/Ibope, 77% dos adolescentes afirmaram que deveria haver um maior controle da Internet, embora 81% deles tenham afirmado que a responsabilidade pela navegação segura é do próprio usuário; 53% afirmaram que as empresas também têm responsabilidade e 45% esperam que o governo seja responsável pela regulação do seu uso.

A visão dos adolescentes sobre a Internet tende a valorizar seus aspectos positivos. Valendo-se dos resultados de grupos focais de adolescentes realizados pelo Unicef antes da pesquisa Unicef/Ibope, foi oferecida uma lista de nove frases, solicitando aos adolescentes que informassem se concordavam ou discordavam delas. A frase que obteve a maior concordância foi: “A Internet é uma grande biblioteca de informações” (92%). Em segundo lugar (87%), apareceu: “lugar de amizade, onde o adolescente fica sabendo das coisas por meio do contato com seus amigos”. A frase “um caminho para o avanço profissional” obteve 79% de aprovação, e “um local que possibilita contato com outros povos” obteve 77%.

Em relação aos excluídos da Internet, a pesquisa Unicef/Ibope captou que 78% deles gostariam de ter acesso, e 23% não têm interesse. Os motivos mais citados para não se ter acesso à Internet são: 70% não têm onde acessar; 68% declararam não ter habilidade para usar computador; 58% não têm condições de pagar pelo acesso. Quando perguntados o que gostariam de fazer se tivessem acesso à Internet, a maioria respondeu: jogos, fazer contato com amigos e parentes; e buscar informação para fazer as tarefas escolares.

Ao serem perguntados como se sentem por não ter acesso à rede, 31% responderam que são indiferentes ou não se importam, e 23% acham que a Internet não faz falta. Os outros indicaram os seguintes sentimentos: com vergonha ou constrangido (27%), ignorante ou desinformado (22%), fora do seu grupo ou excluído (17%), e outras expressões (8%).

A rapidez com que as mudanças ocorrem na Internet não permite conclusões fechadas. Entretanto os dados oferecidos até o momento revelam um grande campo de oportunidades para o desenvolvimento dos adolescentes. Cabe à família, à sociedade e ao Estado criar as condições para que o uso da Internet seja seguro e acessível a todos.

REFERÊNCIAS

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

UNICEF: *O uso da internet por adolescentes*. Brasília: Unicef, 2013. Disponível em <<http://www.unicef.org.br>>. Acesso em: 22 de maio de 2014.

**TIC KIDS ONLINE
BRASIL 2013**

RELATÓRIO METODOLÓGICO TIC KIDS ONLINE BRASIL 2013

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 segunda 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 da Internet;
- Módulo E: Mediação;
- Módulo F: Consumo.

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 sua percepção 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 e dos 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.
 - Até 1 SM;
 - Mais de 1 SM até 2 SM;
 - Mais de 2 SM até 3 SM;
 - Mais de 3 SM.
- **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 2013 era de R\$678,00. 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.
- **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.

Na edição de 2012, a pesquisa tinha como alvo indivíduos de 9 a 16 anos. De forma a compreender a população adolescente em sua integralidade, conforme prevê o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), a população-alvo da pesquisa foi ampliada em 2013, assim, incluindo jovens de 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 e dos adolescentes selecionados. Como os pais/responsáveis foram selecionados em decorrência da seleção de crianças/adolescentes, não podem ser considerados como uma unidade de análise por não serem representativos da população de pais e responsáveis brasileiros.

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 do adolescente:** Masculino ou feminino;
- **Escolaridade do pai ou responsável:** Corresponde à divisão em: 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 em faixas: 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). Todos os questionários foram aplicados em papel impresso (*Paper and Pencil Interviewing* - PAPI).

FIGURA 1
INFORMAÇÕES SOBRE OS QUESTIONÁRIOS DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2013

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

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 2013 realizou alterações em enunciados de algumas perguntas e inclusão de novas 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), foram incluídas perguntas referentes aos tipos de equipamentos existentes no domicílio do entrevistado, ao uso individual ou compartilhado destes, bem como à permissão para deslocar esses equipamentos para o próprio quarto. Além disso, essa edição passou a coletar dados sobre o tipo de conexão utilizada por crianças e adolescentes para acessar a Internet via telefone celular.

Para crianças/adolescentes de 11 a 17 anos (face a face) foram incluídas novas atividades realizadas na Internet no módulo B, tais como ligações telefônicas ou chamadas de vídeo na Internet, compra de produtos ou serviços pela Internet, pesquisa de conteúdos em *sites* de busca, entre outras. No módulo C foram incluídas perguntas sobre a forma de criação do perfil em rede social, assim como a forma de interação de crianças e adolescentes com propagandas e publicidade em redes sociais.

Além disso, foram introduzidas novas perguntas que exploram o tema do consumo, que foram agrupadas no módulo F. Os novos indicadores abordam aspectos como o tipo de propaganda ou publicidade com a qual as crianças e os adolescentes tiveram contato, suas percepções sobre propagandas vistas em meios de comunicação e situações de incômodo ou constrangimento relacionadas a essa exposição. Também foram exploradas perguntas sobre a pesquisa de informações sobre marcas ou produtos na Internet e compras realizadas em jogos na Internet.

De forma geral, o questionário aplicado aos pais e responsáveis não sofreu grandes alterações. Foram incluídas opções de respostas que buscam explorar temas como consumo e jogos na Internet. Ao final do questionário foram incluídas novas perguntas que visam abordar a percepção dos pais sobre a exposição dos filhos à publicidade e a interação destes com ela e outros temas relacionados ao consumo na Internet.

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 e adolescentes de 11 a 17 anos.

PRÉ-TESTES E ENTREVISTAS COGNITIVAS

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 2013 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 quatro usuários de Internet com idades entre 9 e 10 anos e nove com idades entre 11 e 17 anos, bem como sete pais/responsáveis com filhos ou tutelados nessa mesma faixa etária. Foram priorizados perfis de classes socioeconômicas C e D.

Adicionalmente, foram realizadas dez 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 realizados quatro testes com pais/responsáveis usuários e não usuários de Internet, com três crianças com idades entre 9 e 10 anos, além de outros três testes 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-alvo 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 150 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 considerando a criação de 25 estratos geográficos (capitais, regiões metropolitanas e interior em áreas urbanas e rurais). Foi estimada a realização de dez entrevistas por setor e 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 2013 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.

As entrevistas foram realizadas em 129 municípios em todo o país considerando a realização de dez entrevistas por setor censitário selecionado.

TABELA 1
DISTRIBUIÇÃO DAS ENTREVISTAS NAS REGIÕES E ESTRATOS

Região	Estrato TIC	População com idade de 9-17 anos	% da população com idade de 9-17 anos	Amostra da pesquisa	%
Norte		3 111 672	10%	400	13%
1	Rorônia/Roraima/Acre/Amapá/Tocantins	921 992	3%	120	4%
2	Amazonas – Total	706 445	2%	100	3%
3	Pará – Total	1 483 235	5%	180	6%
Nordeste		9 386 184	32%	800	27%
4	Maranhão – Total	1 280 858	5%	100	4%
5	Piauí – Total	552 289	2%	60	2%
6	Ceará – Total	1 522 381	5%	120	4%
7	Pernambuco – Total	1 487 098	5%	120	4%
8	Rio Grande do Norte – Total	531 760	2%	60	2%
9	Paraíba – Total	630 243	2%	60	2%
10	Alagoas – Total	597 554	2%	60	2%
11	Sergipe – Total	371 984	1%	60	2%
12	Bahia – Total	2 412 017	8%	160	5%
Sudeste		10 664 261	36%	940	31%
13	Minas Gerais – Região Metropolitana de Belo Horizonte	714 235	2%	80	3%
14	Minas Gerais – Interior	2 015 495	7%	180	6%
15	Espírito Santo – Total	541 151	2%	60	2%
16	Rio de Janeiro – Região Metropolitana do Rio de Janeiro	1 518 557	5%	140	5%
17	Rio de Janeiro – Interior	559 663	2%	60	2%
18	São Paulo – Região Metropolitana de São Paulo	2 550 706	9%	200	6%
19	São Paulo – Interior	2 764 454	9%	220	7%
Sul		4 133 279	14%	460	15%
20	Paraná – Total	1 639 683	6%	180	6%
21	Santa Catarina – Total	941 029	3%	100	3%
22	Rio Grande do Sul – Total	1 552 567	5%	180	6%
Centro-Oeste		2 252 838	8%	400	14%
23	Mato Grosso/Mato Grosso do Sul – Total	909 321	3%	140	5%
24	Goiás – Total	951 065	3%	140	5%
25	Distrito Federal – Total	392 452	2%	120	4%
Total Nacional		29 548 234	100%	3 000	100%

SELEÇÃO DA AMOSTRA

O desenho amostral da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 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 ao 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 idade 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 predefinido.
- **Quarto estágio (seleção de crianças/adolescentes):** Seleção aleatória de uma criança ou um adolescente elegível (entre 9 e 17 anos e usuário de Internet). O pai ou responsável que respondeu à pesquisa não foi selecionado, foi considerado o mais bem-informado sobre as rotinas e utilização da Internet pela criança ou pelo adolescente.

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 I).

Foram constituídos 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 predefinido. O salto foi estimado com base na população elegível (crianças ou adolescentes entre 9 e 17 anos e usuários de Internet) para cada unidade da federação com dados a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).

Considera-se na contagem para seleção sistemática os domicílios particulares permanentes e ocupados. Os seguintes estabelecimentos foram 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 o método do próximo aniversário, ou seja, elegia-se a criança ou o adolescente cuja data de aniversário estava mais próxima.

COLETA DE DADOS EM CAMPO

DATA DE COLETA

A pesquisa de campo foi realizada entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

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*)¹.
- 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 mais 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

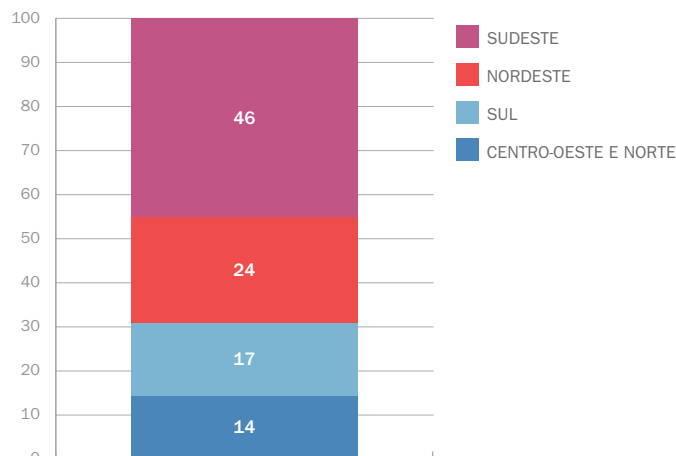
A pesquisa foi realizada com 4.522 respondentes, sendo 2.261 crianças e adolescentes usuários de Internet e 2.261 pais ou responsáveis. As entrevistas foram realizadas em 2.261 domicílios em todo o Brasil.

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

Região

Sobre a localização geográfica dos domicílios, 46% estavam localizados na região Sudeste do país, 24% na região Nordeste, 17% na região Sul e 14% na região Centro-Oeste.

GRAFICO 1
PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO REGIÃO

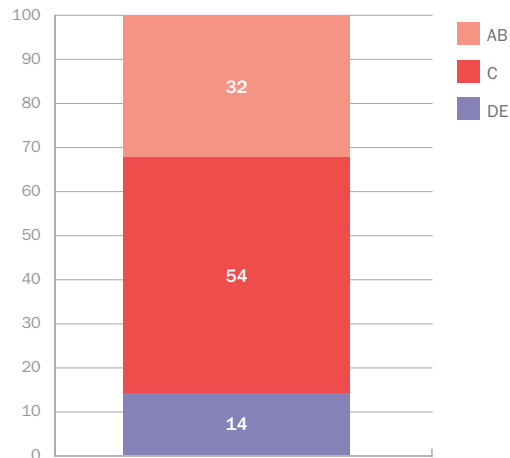


¹ Ver: <<http://www.cetic.br/kidsonline>>.

Classe social

Em relação ao perfil dos domicílios por classe social – com base no critério de classificação social da Abep –, observa-se que 54% dos domicílios se enquadravam na classe C, 32% na classe AB e 14% na classe DE.

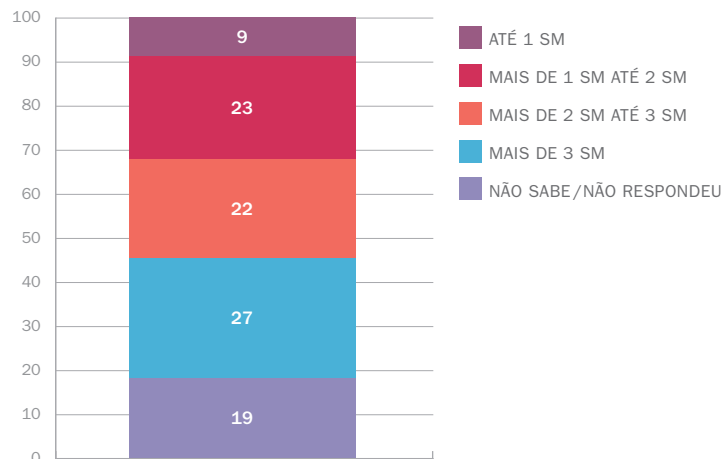
GRAFICO 2
PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO CLASSE SOCIAL



Renda familiar

Os dados sobre a renda familiar mostram que 9% dos domicílios entrevistados apresentam renda familiar de até um salário mínimo. Outros 23% apresentam mais de um a dois salários mínimos, enquanto 22% dos domicílios estavam na classe de mais de dois a três salários mínimos, 27% com renda de mais de três salários mínimos e ainda e 19% não souberam informar.

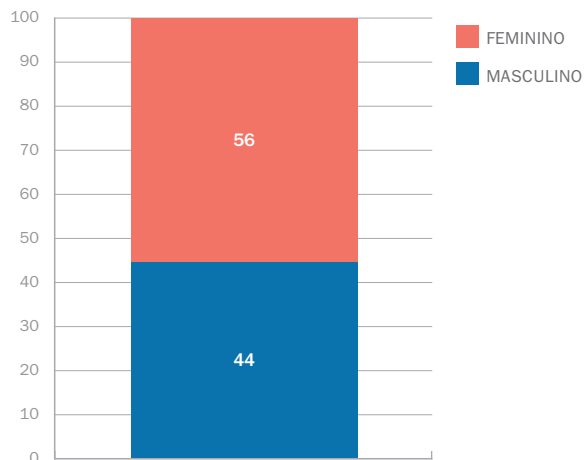
GRAFICO 3
PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO RENDA FAMILIAR



Sexo da criança ou do adolescente

Entre as crianças e adolescentes entrevistados em todo o Brasil, 56% eram do sexo feminino e 44% do sexo masculino.

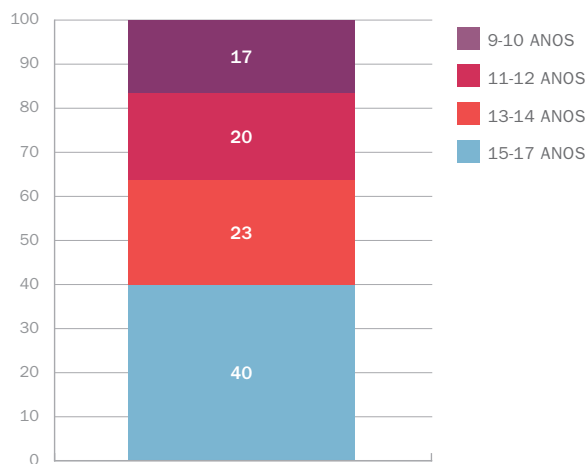
GRAFICO 4
PERFIL DA AMOSTRA, SEGUNDO SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE



Faixa etária da criança ou do adolescente

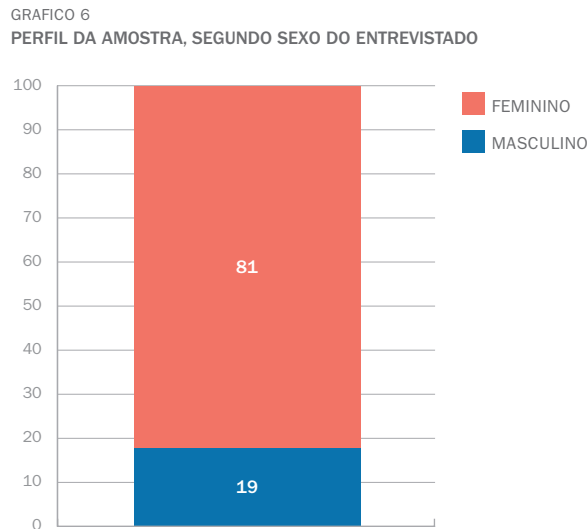
A distribuição obtida por faixa etária foi de 17% da amostra entre 9 e 10 anos, 20% entre 11 e 12 anos, 23% entre 13 e 14 anos, e os 40% restantes correspondiam a entrevistados entre 15 e 17 anos.

GRAFICO 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 81% de respondentes do sexo feminino e 19% 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.



PROCESSAMENTO DE DADOS

PROCEDIMENTOS DE PONDERAÇÃO

Os cálculos de probabilidade de inclusão levam em consideração o método de seleção. Assim, os estágios da pesquisa foram ponderados. Para os Estágios 1 e 2 – a seleção dos municípios e dos setores –, os fatores de ponderação foram calculados com base na abordagem descrita anteriormente. Cada unidade amostral (município e setor) recebeu um fator de ponderação proporcional ao tamanho relativo da população com idades entre 9 e 17 anos na respectiva unidade, com base na estratificação.

Para o Estágio 3 – seleção de domicílios por amostragem sistemática –, as probabilidades de inclusão levaram em consideração três fatores na probabilidade de seleção:

- Probabilidade de ser visitado;
- Probabilidade de ser elegível, dado que foi visitado;
- Probabilidade de ocorrer entrevista, dado que é elegível e foi visitado.

O produto das três probabilidades forneceu a base para o cálculo da probabilidade de uma entrevista em um domicílio elegível. O inverso da probabilidade forneceu o peso básico para o uso na expansão da amostra no terceiro estágio. Como tal, a não resposta foi considerada no cálculo das probabilidades, ressaltando a necessidade de maximizar os esforços para realizar as entrevistas. Por fim, a quarta etapa foi ponderada considerando a probabilidade de uma criança ou adolescente ser selecionado em um domicílio.

Estágio de ponderação 1

Sendo D_{ij} o j° domicílio localizado no setor i , o cálculo do peso amostral de um domicílio deve empregar um algoritmo em três etapas.

Cálculo da probabilidade de seleção do município k no estrato TIC:

$$\Pr(M_k \in s) = n \times P_k / P$$

onde:

M_k é o k° município no estrato de seleção TIC;

s é a amostra de municípios selecionados no estrato de seleção TIC;

n é o número de municípios selecionados no estrato de seleção TIC do município k ;

P_k é a medida de tamanho (população) do k° município num estrato de seleção TIC;

$P = \sum_{k \in U} P_k$ é a soma das medidas de tamanho (população) dos municípios do estrato de seleção TIC;

U representa o conjunto de todos os municípios do estrato de seleção TIC.

Estágio de ponderação 2

Cálculo da probabilidade condicional de seleção do setor i no município k selecionado:

$$\Pr(S_{ki} \in s_k) = m_k \times D_{ki} / D_k$$

onde:

S_{ki} é o i° setor do município k ;

s_k é a amostra de setores do município k ;

m_k é o número de setores selecionados no município a que pertence o setor;

D_{ki} é a medida do tamanho (número de domicílios particulares permanentes) do i° setor do município k ;

$D_k = \sum_{i \in U_k} D_{ki}$ é a soma dos tamanhos de todos os setores no município k ;

U_k representa todos os setores no município k .

Estágio de ponderação 3

Cálculo da probabilidade de seleção do domicílio j no setor i dentro do município k :

$$\Pr(d_{kij} \in s_{ki}) = \frac{n_{ki}}{N_{ki}} \times \frac{m_{ki}}{n_{ki}} \times \frac{a_{ki}}{m_{ki}}$$

onde:

d_{kij} é o j° domicílios no setor i do município k ;

s_{ki} é a amostra de domicílios no setor i do município k ;

n_{ki} é o número de domicílios selecionados sistematicamente no setor i do município k ;

N_{ki} é o número de domicílios existentes no setor i do município k ;

m_{ki} é o número de domicílios elegíveis no setor i do município k ;

a_{ki} é o número de domicílios entrevistados no setor i do município k .

No cálculo, o primeiro fator do produto é a probabilidade de um endereço ser selecionado no setor. O segundo fator é a probabilidade de ser um endereço domiciliar. O terceiro fator é a probabilidade de um domicílio ser efetivamente entrevistado.

A fim de calcular um peso básico do desenho para um domicílio entrevistado, as probabilidades de seleção calculadas nos três estágios devem ser multiplicadas e, depois, o inverso desse produto deve ser calculado.

Estágio de ponderação 4

No caso dos indicadores sumarizados para crianças e adolescentes, a probabilidade condicional de seleção da criança ou adolescente no domicílio j do setor i do município k também foi calculada. Esse cálculo levou em consideração a probabilidade de uma criança ou um adolescente ser selecionado em um domicílio.

As respostas de pais/responsáveis foram ponderadas utilizando o peso de crianças/adolescentes, dado que a seleção de pais/responsáveis foi realizada a partir da seleção aleatória de crianças/adolescentes.

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 como 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 soubesse ou não tenha respondido, 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 normalmente excede 100%.

Os dados e resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 são publicados em formato de 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.

HANSEN, M. H.; HURWITX, 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.

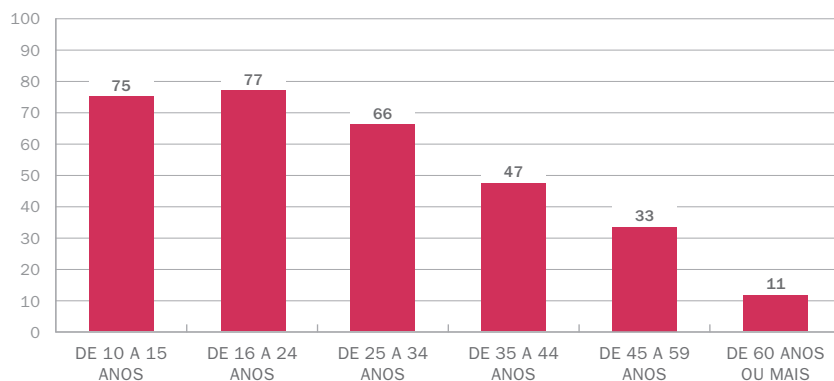
VASCONCELLOS, M. T. L.; NASCIMENTO SILVA, P. L.; SZWARCOWALD, C. L. Sampling design for the World Health Survey in Brazil. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 21, s. 1, p. S89-S99, 2005.

ANÁLISE DE RESULTADOS TIC KIDS ONLINE BRASIL 2013

APRESENTAÇÃO

A emergência das mídias digitais, em especial das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC), vem reconfigurando práticas de comunicação e interação social no cotidiano de crianças e adolescentes usuários da rede (BELLONI, 2007). Sabe-se que os jovens estão entrando em contato com o mundo digital cada vez mais cedo e de forma mais intensa. A pesquisa TIC Domicílios tem apontado, ao longo de sua série histórica, que a proporção de usuários de Internet na faixa etária de 10 a 15 anos se mantém acima da média da população brasileira.¹ Em 2013, enquanto 51% dos brasileiros eram considerados usuários de Internet, essa proporção atingia os 75% entre crianças e adolescentes com idades entre 10 e 15 anos (Gráfico 1).

GRÁFICO 1
PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DE INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA
Percentual sobre o total da população



FONTE: TIC DOMICÍLIOS 2013 (CGI.BR, 2014)

Entre as transformações que o uso da Internet pode propiciar a crianças e adolescentes estão inúmeras oportunidades de desenvolvimento, sociabilização, construção de conhecimento, acesso à informação entre outras possibilidades (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014).

¹ Considerando-se a população brasileira de 10 anos ou mais.

No entanto, o acesso e o uso de mídias digitais vêm, muitas vezes, acompanhados de situações de risco, sejam elas de caráter técnico, como vírus e *spywares*, ou relacionadas à exposição a conteúdos considerados inapropriados, entre outros problemas. Nesse sentido, é imprescindível a compreensão dos usos que crianças e adolescentes fazem da rede para se pensar em estratégias e políticas públicas que visem potencializar os benefícios e oportunidades e minimizar os riscos e potenciais danos associados a essa experiência.

A emergência das mídias digitais representa, ainda, uma oportunidade no que se refere à promoção de direitos das crianças e adolescentes, tal como definidos pela Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança. Em especial, os artigos 13 e 17 estabelecem o direito de crianças ao acesso à informação por meio de diferentes fontes, incluindo a Internet. O artigo 12, por sua vez, reforça o direito da criança ou do adolescente de formar e livremente expressar suas percepções e opiniões. Nesse sentido, à medida que diversas sociedades dão maior destaque aos direitos das crianças e adolescentes, surge uma demanda latente por pesquisas que investiguem jovens enquanto atores – e sujeitos ativos – do seu processo de desenvolvimento e socialização (BELLONI, 2007), coletando informações sobre suas percepções, opiniões, atitudes e comportamentos (DE LEEUW et al., 2002).

Nesse contexto, dando seguimento à sua missão de subsidiar o debate sobre o acesso às TIC e seu uso por crianças e adolescentes no Brasil, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) realizou, em 2013, a segunda onda da pesquisa TIC Kids Online Brasil. Com o objetivo central de mapear oportunidades e riscos associados ao uso da Internet por crianças e adolescentes brasileiros, a pesquisa provê informações fundamentais para melhor compreensão do fenômeno, bem como para a formulação, implementação e avaliação de políticas públicas que abordem o tema.

De forma análoga à edição de 2012, a pesquisa segue alinhada ao referencial metodológico desenvolvido pela rede europeia EU Kids Online², liderada pela London School of Economics and Political Science. De forma a compreender a população adolescente em sua integralidade, conforme prevê o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), e ampliar o debate sobre o uso da Internet no país, a TIC Kids Online Brasil 2013 passou a incluir em sua amostra adolescentes de 17 anos de idade.³

O presente relatório faz uma breve descrição dos principais indicadores da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 apresentados ao longo das seguintes seções temáticas:

- 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.

² Mais informações sobre os parâmetros da pesquisa em <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>.

³ Na edição de 2012, a pesquisa tinha como público-alvo usuários de Internet com idades entre 9 e 16 anos.

DESTAQUES TIC KIDS ONLINE BRASIL 2013

USO DA INTERNET POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Uma parcela considerável das crianças e dos adolescentes brasileiros acessa a Internet por meio de computadores de mesa (71%). Porém o acesso à rede por meio de dispositivos móveis é cada vez mais presente entre esse público – em 2013, 53% das crianças e adolescentes usuários de Internet acessaram a rede por meio de telefone celular, enquanto essa proporção era de 21%, em 2012. Já o acesso à Internet através de *tablets* (16%) também apresenta tendência de crescimento: em 2012, os *tablets* eram citados por apenas 2%. PÁGINA 114

REDES SOCIAIS E OUTRAS ATIVIDADES ON-LINE

A presença de crianças e adolescentes brasileiros em redes sociais ampliou-se no último ano: 79% dos usuários de Internet entre 9 e 17 anos possuem perfil próprio no site da rede social que mais usam – um aumento de 9 pontos percentuais em relação a 2012 (70%). Entre os que possuem o próprio perfil, 77% apontam o Facebook como principal rede social utilizada. No que se refere a outras atividades realizadas por crianças e adolescentes na Internet, destacam-se: usar Internet para trabalho escolar (87%), assistir a vídeos (68%) e baixar músicas ou filmes (50%). PÁGINA 123

HABILIDADES PARA O USO CRÍTICO DA INTERNET

Mais da metade (58%) dos usuários de Internet entre 11 e 17 anos declararam saber mudar as configurações de privacidade no perfil de rede social. Adicionalmente, 42% dos usuários de Internet entre 11 e 17 anos declararam saber comparar diferentes sites para verificar se as informações são verdadeiras, enquanto apenas 39% das crianças e adolescentes afirmaram saber bloquear propaganda indesejada ou lixo eletrônico. PÁGINA 127

MEDIAÇÃO DOS PAIS/RESPONSÁVEIS

Tratando-se de atividades de mediação parental, a ação citada com maior frequência é a conversa sobre o que os filhos fazem na Internet (81%). Já 43% dos pais e responsáveis afirmaram realizar atividades junto com o filho na Internet. Quando questionados sobre os riscos presentes na rede, apenas 8% dos pais/responsáveis acreditam que seu filho ou tutelado tenha passado por alguma situação de incômodo ou constrangimento. PÁGINA 132

CONSUMO E EXPOSIÇÃO À PUBLICIDADE

Uma parcela significativa (85%) das crianças e adolescentes usuários de Internet com idades entre 11 e 17 anos declararam ter visto publicidade ou propagandas na televisão. Nas redes sociais, a proporção foi de 61%. Já a exposição à publicidade em sites de jogos na Internet é mencionada por 30% das crianças e dos adolescentes. A interação dos jovens usuários de Internet com publicidade em redes sociais é significativa. Entre aqueles que possuem o próprio perfil em uma rede social, 57% afirmaram ter curtido, 36% compartilhado, 21% descurtido e 20% bloqueado alguma propaganda ou publicidade com a qual tiveram contato em redes sociais. PÁGINA 124

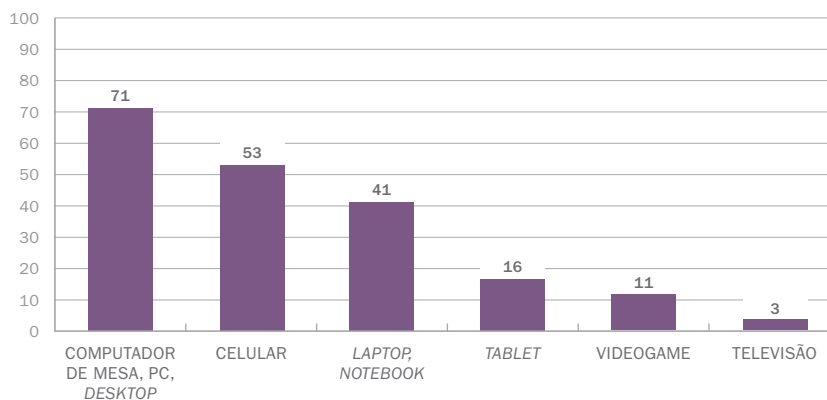


ACESSO E USO DA INTERNET

O contexto social de uso das TIC é um importante fator de influência sobre as experiências *on-line* de crianças e adolescentes e, mais especificamente, sobre as condições segundo as quais eles aproveitam as oportunidades e são expostos a possíveis riscos associados ao uso da rede (LIVINGSTONE et al., 2011). O acesso à rede por dispositivos móveis, por exemplo, se comparado ao acesso por meio de equipamentos de mobilidade restrita (como o computador de mesa), representa um uso de mídia mais pessoal, privado e flexível, especialmente no que se refere ao local e à frequência de uso. Nesse contexto, a “privatização” do uso das TIC faz emergir novas dinâmicas de liberdade, privacidade, sociabilidade e mediação por pais, responsáveis e professores (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014).

No Brasil, a tendência de crescimento do uso de dispositivos móveis é um dos destaques da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013. Ainda que os computadores de mesa sigam sendo os equipamentos mais utilizados (citados por 71% das crianças e dos adolescentes de 9 a 17 anos usuários de Internet), foi verificado um crescimento importante do acesso pelos celulares (53%) e por computadores portáteis ou *laptops* (41%). Tratando-se de dispositivos móveis, os resultados apontam ainda que 16% de crianças/adolescentes acessam a rede por meio de *tablets*, um aumento de 14 pontos percentuais em relação ao ano anterior (Gráfico 2). Entretanto, cabe destacar que, em correspondência com a tendência identificada em 2012, o acesso móvel é maior entre os adolescentes de 13 a 14 anos (60%) e os de 15 a 17 anos (65%).

GRÁFICO 2
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos

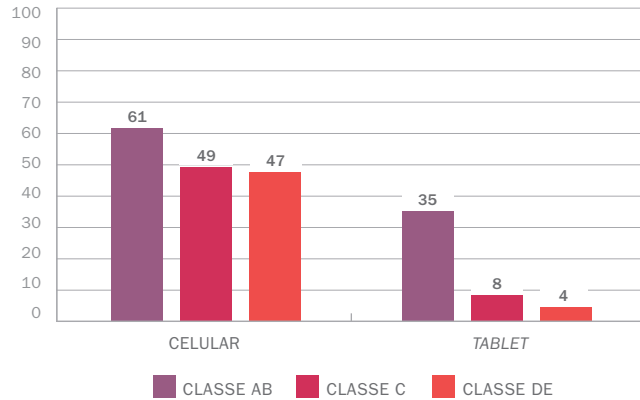


O uso de telefones celulares teve um crescimento relevante em todas as classes sociais, mas ainda há desigualdades significativas quanto ao acesso a esse equipamento. Enquanto 61% das crianças e adolescentes das classes AB utilizam o celular para se conectar à Internet, esse percentual é de 47% para as classes DE. Essa diferença é ainda mais evidente se considerarmos o uso de *tablets*: 35% para classes AB e 4% para classes DE (Gráfico 3). Desse modo, os dados da pesquisa indicam que as desigualdades socioeconômicas presentes no Brasil ainda constituem um desafio importante para que o acesso ao mundo digital ofereça as mesmas oportunidades a todos os usuários – e essa barreira também pode ser observada no acesso aos meios móveis.

GRÁFICO 3

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET, SEGUNDO CLASSE SOCIAL

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



A maior parte das crianças e adolescentes compartilha os dispositivos TIC com outros membros do domicílio, sejam os computadores de mesa (87%), os portáteis (83%) ou os *tablets* (65%). A exceção fica por conta do celular, do qual é mais frequente o uso individual (61% das crianças/adolescentes têm um celular que só eles usam).

De modo geral, o perfil de uso da rede e dos dispositivos utilizados para esse acesso tem implicações relevantes para aspectos relacionados à privacidade do uso e mediação do uso da Internet. Os dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 revelam que uma proporção expressiva de crianças e adolescentes acessa a rede por meio de dispositivos móveis, como telefones celulares e *tablets*, e, dessa forma, tende a acessar a Internet de forma mais privativa, o que torna mais complexo o acompanhamento e as ações de mediação de pais, professores e outros responsáveis.

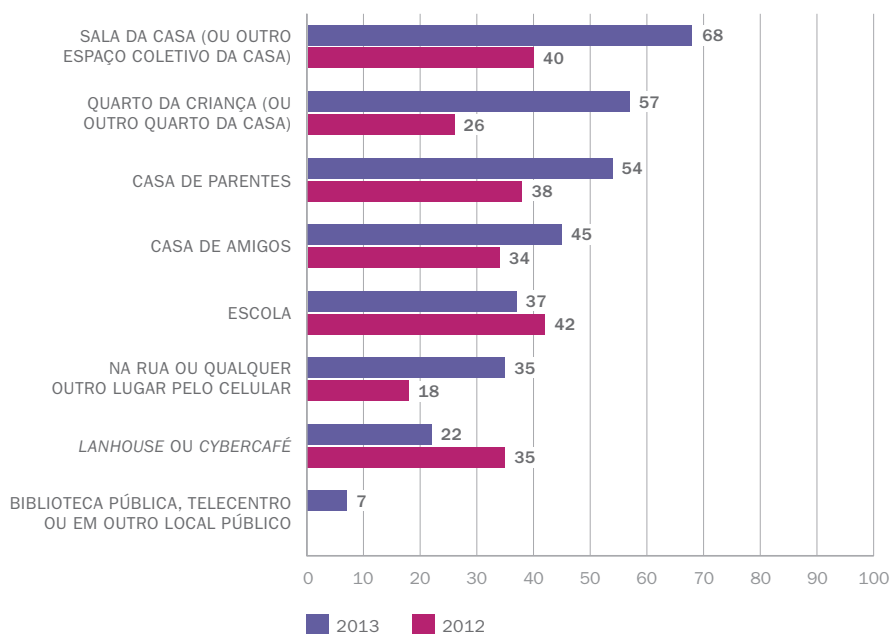
LOCAL DE ACESSO À INTERNET

De maneira geral, os resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 apontam para um aumento do uso da Internet no interior dos domicílios. Pode-se observar que a sala, ou outro espaço coletivo do domicílio, continua sendo o local mais citado: 68% das crianças e adolescentes declaram acessar a rede desse ambiente, um aumento de 28 pontos percentuais em relação a 2012. No entanto também é bastante relevante o crescimento do acesso à rede nos quartos ou outros ambientes privativos. Em 2013, a TIC Kids Online Brasil constatou que 57% das crianças e adolescentes navegaram na Internet em ambiente privado (no seu próprio quarto ou em outro quarto privativo da casa), enquanto, em 2012, esse percentual era de 26%. Com o aumento do uso da rede no interior dos domicílios, centros públicos de acesso pago à rede, como *lanhouses* e *cybercafes*, apresentaram um decréscimo significativo: passando de 35% em 2012 para 22% em 2013 (Gráfico 4)⁴. Cabe ressaltar, entretanto, que

⁴ Em 2012, as opções de resposta “Biblioteca pública ou em outro local público” e “Telecentro” eram coletadas separadamente, impossibilitando a comparação entre os dois anos.

essa tendência não se manifesta apenas entre crianças e adolescentes, sendo observada também na população de usuários de Internet com 10 anos de idade ou mais, como aponta a pesquisa TIC Domicílios (CGI.br, 2014).

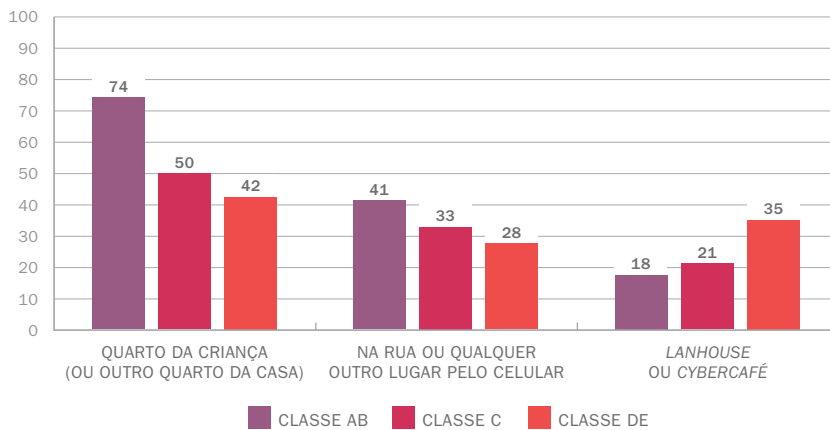
GRÁFICO 4
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Assim como observado com relação à frequência de acesso à Internet, o aspecto socioeconômico também exerce influência sobre o local de uso da Internet por crianças e adolescentes. Verificou-se que as *lanhouses* ainda estão presentes na vida dos jovens de classes sociais mais baixas, apesar da menção a esse tipo de ponto de acesso ter apresentado uma queda considerável desde a última edição da pesquisa. Em 2013, 35% dos jovens de classe DE acessaram a Internet em *lanhouses*, enquanto apenas 18% dos jovens de classe AB o fizeram (Gráfico 5). Já o acesso à Internet por telefone celular nas classes DE cresceu 17 pontos percentuais desde a última medição, e o acesso com maior privacidade – no quarto da criança ou qualquer outro espaço privativo da casa – cresceu 31 pontos percentuais. Assim, as estratégias de mediação neste cenário de uso mais privativo são igualmente desafiadoras para os pais e responsáveis de todas as classes sociais.

GRÁFICO 5

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



É importante ressaltar o fato de que os locais mais frequentes de acesso à Internet – o quarto da criança e o acesso em deslocamento, por meio de dispositivos móveis – caracterizam-se por propiciar maior privacidade ao usuário. Essa transformação nos padrões de uso – que envolve tanto alterações nos dispositivos quanto nos locais de acesso – certamente representa um desafio para os pais ou responsáveis no que se refere à mediação do uso da rede (HELSPER et al., 2013).

Nesse sentido, o aumento significativo da mobilidade de acesso implica simultaneamente em maior exposição a oportunidades e riscos na rede. Assim, faz-se necessária uma reflexão profunda sobre formas de medição, não apenas limitadas à imposição de restrições técnicas ou à presença ou ausência dos pais ou responsáveis em seu momento de uso.

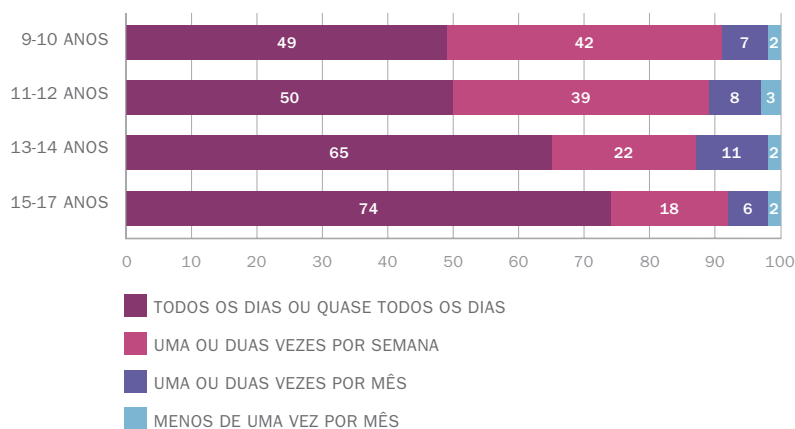
FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET

Além do crescimento do acesso à rede por dispositivos móveis, observa-se uma intensificação da frequência de uso da Internet no último ano. Entre as crianças e adolescentes usuários de Internet, uma parcela significativa declarou acessar a rede frequentemente: 63% o fazem todos os dias ou quase todos os dias, um aumento de 16 pontos percentuais em relação ao ano anterior. Consequentemente, há uma diminuição de jovens que utilizam a rede com menor frequência: 27% por cento das crianças e adolescentes acessam de uma a duas vezes por semana e 8% o fazem ao menos uma vez por mês.

É importante mencionar que aspectos demográficos, como a faixa etária, exercem uma influência significativa na frequência de uso da Internet: enquanto 49% das crianças entre 9 e 10 anos de idade acessam a Internet todos os dias ou quase todos os dias, esse percentual atinge 74% entre os usuários com idade entre 15 e 17 anos (Gráfico 6). Os dados da TIC Kids Online Brasil apontam, portanto, que jovens nas faixas etárias mais elevadas navegam na rede com maior frequência, o que potencializa sua experiência digital, especialmente no que se refere a oportunidades e potenciais riscos *on-line*.

GRÁFICO 6

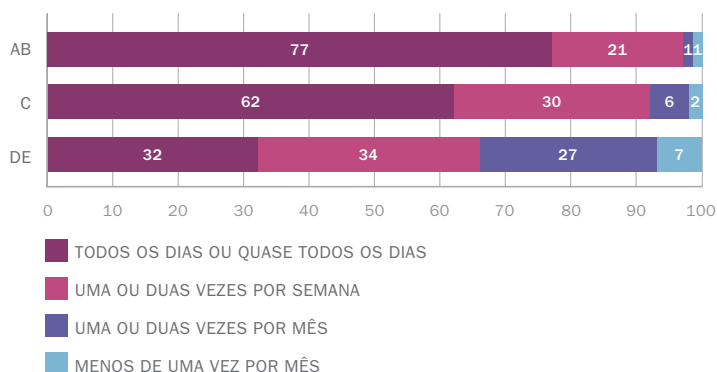
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



O aspecto socioeconômico configura outro fator de influência sobre a frequência de uso da Internet por crianças e adolescentes. Com relação às classes sociais, verificou-se, em 2013, o mesmo padrão encontrado na onda anterior: quanto mais alta a classe social, mais frequentemente a/o criança/adolescente navega na rede. Enquanto 77% de crianças e adolescentes das classes AB acessam a Internet todos os dias, esse percentual é de apenas 32% nas classes DE (Gráfico 7).

GRÁFICO 7

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Além da frequência, o tempo que as crianças e adolescentes navegam na rede também revela aspectos importantes sobre o seu perfil de uso. Durante os dias de semana, 12% das crianças e dos adolescentes afirmaram permanecer conectados na Internet por mais de 4 horas por dia. Já nos finais de semana, o tempo de permanência de crianças e adolescentes conectados é maior: a proporção de crianças e adolescentes que declararam permanecer por mais de 4 horas conectados por dia é de 19%.

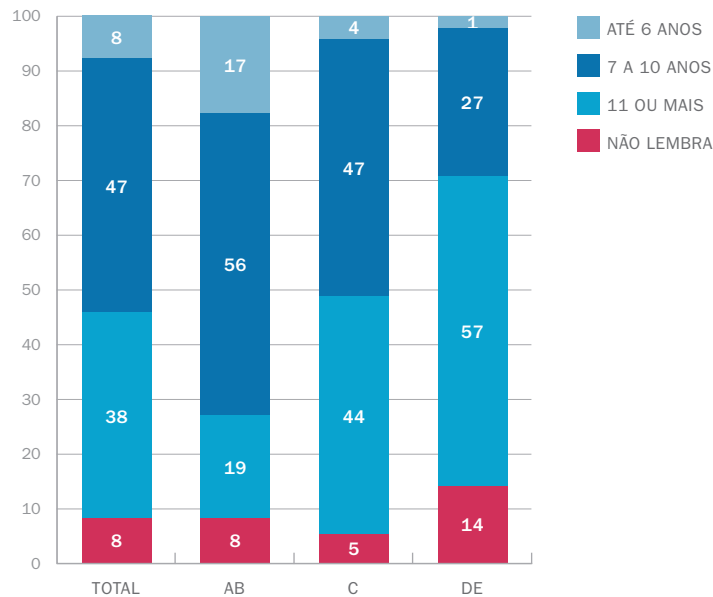
Ainda no que se refere à quantidade de horas navegando na rede, crianças e adolescentes de classes sociais mais altas declararam despendar mais tempo conectados que aqueles que pertencem às demais classes sociais. Enquanto 32% dos jovens das classes AB afirmaram passar 4 horas ou mais conectados em um dia regular do final de semana, esse percentual é de apenas 16% para os de classes DE.

Quando são comparadas as diferentes faixas etárias, nota-se que 14% das crianças com idades entre 9 e 10 anos declararam passar 4 horas ou mais conectados à Internet em um dia regular do final de semana. Esse percentual chega a 44% para os jovens com idades entre 15 e 17 anos.

Os resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil revelam ainda que 65% de crianças e adolescentes acessaram a rede pela primeira vez até os 11 anos de idade. O fator socioeconômico também se mostra relevante no que se refere à idade do primeiro acesso. Os dados de 2013 apontam que, enquanto 17% das crianças das classes AB acessaram pela primeira vez a rede até os 6 anos de idade, esse percentual é de apenas 1% nas classes DE (Gráfico 8). Portanto, assim como foi identificado na onda anterior da pesquisa, a classe social é uma variável que influencia significativamente a idade do primeiro contato da criança ou do adolescente com o mundo virtual. Nesse sentido, também é importante ressaltar que a idade do primeiro acesso à rede bem como a duração da experiência digital são fatores que podem influenciar o desenvolvimento de habilidades para um uso crítico, autônomo e seguro da Internet (PONTE; SIMÕES, 2013).

GRÁFICO 8

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR IDADE DO PRIMEIRO ACESSO À INTERNET, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



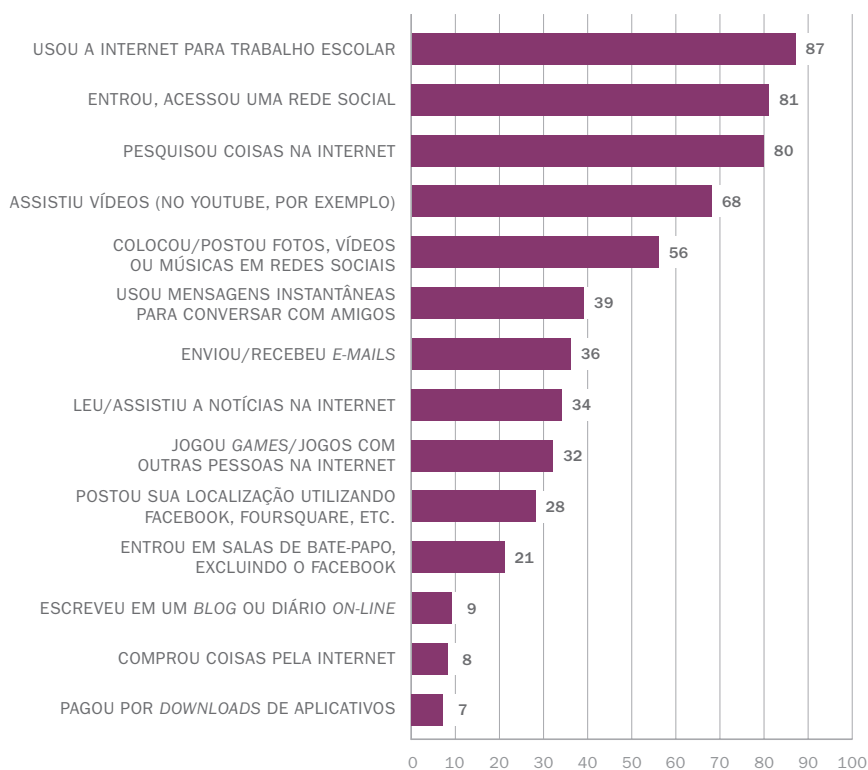
ATIVIDADES ON-LINE

Sabe-se que uso da Internet pode propiciar às crianças e aos adolescentes oportunidades de desenvolvimento e sociabilização, mas também situações de risco que podem resultar em experiências negativas. Não é desejável, contudo, classificar as diferentes atividades *on-line* como necessariamente benéficas ou geradoras de risco. Uma vez que crianças e adolescentes engajem-se em uma grande diversidade de atividades na rede tendem, por um lado, a estar mais expostos a riscos. Por outro lado, a experiência que adquirem é determinante para que estejam melhor preparados para lidar com esse tipo de situação (LIVINGSTONE et al., 2012). Em um contexto de acesso a ferramentas digitais de perfil mais pessoal, privado e flexível, torna-se ainda mais fundamental um olhar cuidadoso sobre os hábitos e atividades de crianças e adolescentes na rede.

No Brasil, os resultados da pesquisa TIC Kids Online 2013 apontam que crianças e adolescentes realizam grande diversidade de atividades na rede. Entre elas destacam-se as atividades relacionadas à busca de informações e conteúdos (Gráfico 9). Utilizar a Internet para fins escolares, por exemplo, é a atividade mais comumente mencionada: 87% dos usuários de Internet com idades entre 9 e 17 anos afirmam acessar a rede com essa finalidade. Uma parcela significativa (80%) ainda declarou realizar pesquisas em *sites* de busca como, por exemplo, Google ou Yahoo. Por fim, vale mencionar que 34% afirmaram ler ou assistir a notícias na Internet.

GRÁFICO 9

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



As atividades que envolvem práticas de comunicação e acesso a redes sociais também são mencionadas com destaque pelos jovens usuários de Internet: entrar em uma rede social e acessá-la (81%), usar mensagens instantâneas para conversar com amigos (39%) e enviar e receber *e-mails* (36%) estão entre as atividades mais citadas. Porém, atividades relacionadas à criação e ao compartilhamento de conteúdos – que implicam um uso mais crítico e autônomo de ferramentas digitais – foram reportadas com menor intensidade. Enquanto 56% dos jovens usuários de Internet declararam ter postado fotos, vídeos ou músicas em redes sociais, essa proporção é de apenas 9% para aqueles que escreveram em um *blog* ou diário *on-line*.

Outro aspecto que merece destaque é a influência da variável idade na realização de atividades *on-line*. De modo geral, a TIC Kids Online Brasil 2013 observou que a quantidade de atividades realizadas na rede intensifica-se conforme avança a faixa etária dos respondentes. Observou-se que os mais jovens – com idades entre 9 e 10 anos – declararam como principais atividades aquelas relacionadas à busca de informações e conteúdos para fins escolares, além de darem destaque a atividades de entretenimento. Enquanto 83% das crianças afirmaram realizar trabalhos escolares e 62%, pesquisar informações em *sites* de busca, o percentual daqueles que jogam sozinhos na rede atinge os 69%.

De modo inverso, entre os usuários de Internet com idades entre 15 e 17 anos, as atividades mais frequentemente mencionadas se referem a práticas de comunicação, acesso a redes sociais e entretenimento: 93% acessaram redes sociais, 76% assistiram a vídeos *on-line* e 67% declararam realizar *download* de músicas ou filmes da Internet.

Ainda se tratando dos tipos de uso de ferramentas digitais, não foram constatadas diferenças significativas relacionadas ao sexo da criança ou do adolescente. A exceção fica por conta da participação em jogos com outras pessoas na rede, mencionada com maior frequência por meninos (47%) do que por meninas (20%). Em contrapartida, o uso de *webcams* foi reportado com maior frequência por meninas (24%) do que por meninos (16%).

Os dados da pesquisa evidenciam ainda divergências relacionadas aos estratos socioeconômicos. De forma geral, observou-se que crianças e adolescentes de classes sociais mais altas realizam um conjunto de atividades mais diversificado do que as crianças e adolescentes de classes sociais menos favorecidas: enquanto a proporção de crianças nas classes AB que leem notícias atinge 45%, essa proporção é de 21% para as classes DE. Esse padrão se replica na realização das demais atividades: 15% das crianças e dos adolescentes pertencentes às classes AB declararam escrever em *blogs* ou diários *on-line*; essa proporção é de apenas 3% para as classes DE. Já a realização de atividades escolares é feita de forma mais homogênea entre jovens das distintas classes – enquanto 89% das crianças e adolescentes das classes AB declaram utilizar a Internet para trabalhos escolares, essa proporção é de 88% para a classe C e 81% para as classes DE.

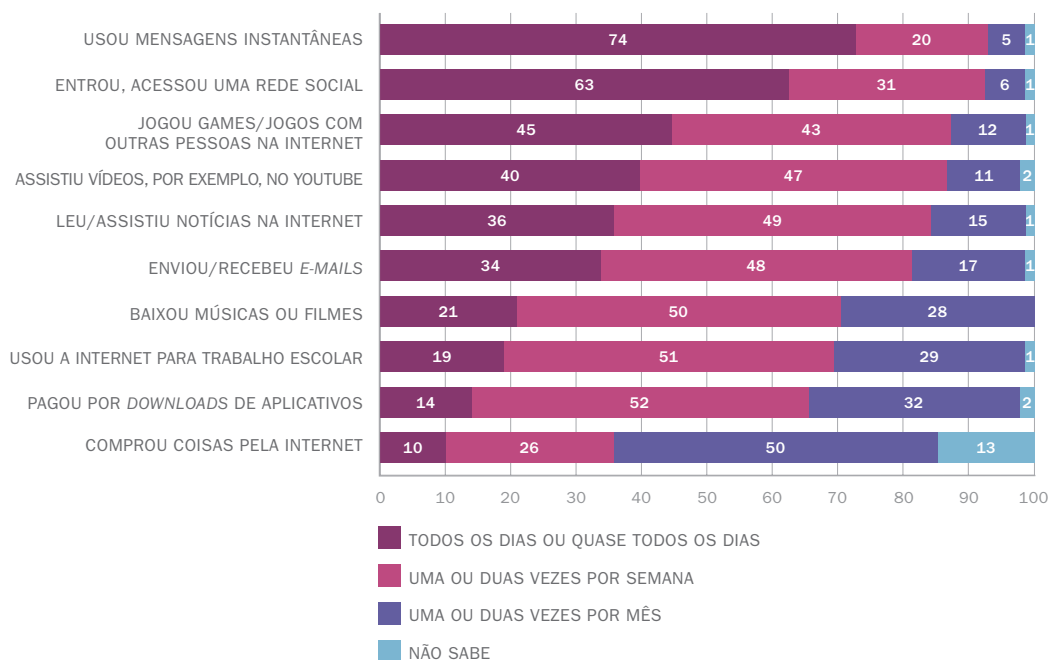
A TIC Kids Online Brasil identificou ainda que as atividades realizadas com maior frequência por crianças e adolescentes de 11 a 17 anos⁵ são aquelas primariamente relacionadas a formas de comunicação e interação social na rede (Gráfico 10). Uma porção importante de crianças e adolescentes (74%), por exemplo, declararam utilizar todos os dias ou quase

⁵ A frequência de realização de atividades na Internet foi mensurada somente entre crianças e adolescentes de 11 a 17 anos, tendo em vista as limitações de coleta desse indicador entre usuários mais novos.

todos os dias mensagens instantâneas – como o WhatsApp – para se comunicar e, 63% delas entram em uma rede social ou a acessam com a mesma frequência. As demais atividades de comunicação e entretenimento também apresentam um alto percentual: 45% dos usuários de Internet jogam *games on-line* diariamente ou quase diariamente, e 40% assistem a vídeos *on-line* com a mesma frequência.

GRÁFICO 10
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET PARA CADA ATIVIDADE REALIZADA NO ÚLTIMO MÊS

Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



Cabe ainda destacar que a utilização da Internet para a realização de tarefas e trabalhos escolares, embora tendo sido a atividade mais comumente declarada pelos entrevistados, não é a mais frequente: apenas 19% das crianças e adolescentes com idades entre 11 e 17 anos executam essa atividade diariamente. Esse dado indica que ainda há espaço para estimular o uso das ferramentas tecnológicas para a aprendizagem e desenvolvimento de habilidades educacionais.

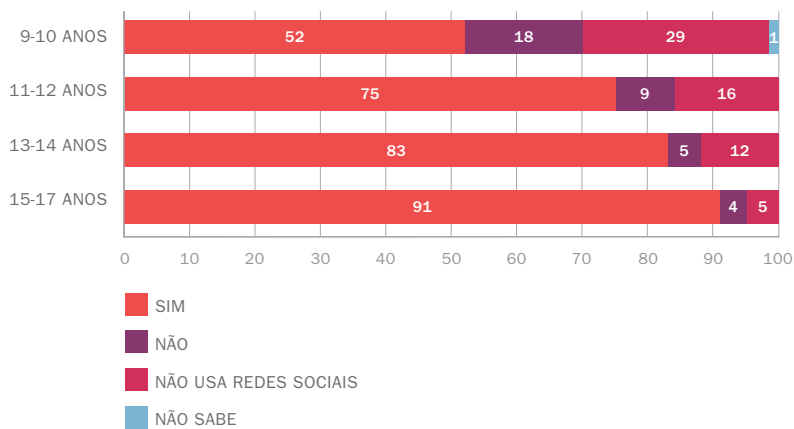
PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS

Em todo o mundo, as mídias digitais tornaram-se, na atualidade, um dos principais elementos do universo de sociabilidade de crianças e adolescentes. De fato, ainda que não se conheçam ao certo as consequências desse fenômeno para as estruturas simbólicas da sociedade, a difusão e “popularização” de redes sociais e outras mídias digitais entre jovens usuários de Internet vem configurando – e reconfigurando – a dinâmica das práticas de comunicação e interação social entre pares (BELLONI, 2007; MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014).

Nesse contexto, a pesquisa TIC Kids Online Brasil aponta para um crescimento da presença de crianças e adolescentes brasileiros em redes sociais. Dados indicam ainda que essa participação ampliou-se no último ano: 79% dos usuários de Internet com idades entre 9 e 17 anos possuem perfil em redes sociais⁶ – um aumento de 9 pontos percentuais em relação a 2012 (70%).

Os dados revelam, no entanto, que essa proporção apresenta variação significativa de acordo com a idade dos respondentes (Gráfico 11). Entre os usuários de Internet de 9 a 10 anos de idade, 52% declararam possuir um perfil em rede social. Essa proporção cresce gradativamente conforme aumenta a idade da criança ou do adolescente, atingindo 83% entre os usuários de Internet com idades entre 13 e 14 anos e 91% para aqueles com idades entre 15 e 17 anos.

GRÁFICO 11
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL PRÓPRIO NA REDE SOCIAL DE MAIOR USO,
SEGUNDO FAIXA ETÁRIA
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Além disso, ainda há diferenças em relação à classe social dos usuários: 86% das crianças e dos adolescentes das classes AB declararam possuir perfil em redes sociais contra 67% daqueles das classes DE. Observou-se, porém, que a diferença entre as classes sociais diminuiu consideravelmente em relação a 2012. Enquanto, em 2012, 49% dos usuários de Internet pertencentes às classes DE possuíam perfil em redes sociais, essa proporção atingiu os 67% em 2013. Os resultados, portanto, apontam movimento de significativa penetração das mídias sociais em todas as classes sociais e faixas de renda no Brasil.

Entre os usuários de Internet com idades entre 9 e 17 anos que possuem o próprio perfil em redes sociais, 77% apontaram o Facebook como a principal rede utilizada. Um aspecto que merece destaque é a rede social Orkut, que sofreu um decréscimo importante e passou, em 2013, a ser mencionada como principal rede social por apenas 1% dos jovens internautas. No entanto, ainda que o Facebook seja a rede social reportada com maior frequência, é importante reconhecer que o uso de mídias sociais é diversificado e crianças e adolescentes tendem a participar simultaneamente de múltiplas plataformas e para fins diversos.⁷

⁶ Considerando-se a principal rede social utilizada pela criança ou adolescente.

⁷ A proporção de crianças e adolescentes que declaram utilizar a rede social Google+ é de 6%; Instagram, 2%.

Entre os usuários de Internet que possuem perfil em redes sociais, 8% declararam possuir mais de um perfil na rede social que mais utilizam. Não foi possível constatar, no entanto, diferenças significativas por gênero, idade ou classe social da criança ou do adolescente.

Além da multiplicidade de perfis em uma mesma rede social, o número de contatos que crianças e adolescentes possuem na rede é um elemento que contribui para caracterizar o grau de interação social na rede. Do total de crianças e adolescentes que possuem um perfil próprio em rede social, 28% declararam possuir de 100 a 300 contatos em suas páginas pessoais, e 29% afirmaram possuir mais de 300 contatos. Por outro lado, essa esfera de análise remete ao nível de exposição a que essas crianças e adolescentes estão sujeitos, uma vez que 42% declararam utilizar o perfil de uma forma pública, ou seja, de maneira que pessoas fora de seus círculos sociais e de amizade consigam acessar suas informações pessoais. Cabe ressaltar ainda que, embora o percentual de usuários que mantêm um perfil totalmente público seja alto, uma parcela significativa (32%) dos usuários de Internet presentes em redes sociais declarou utilizar o próprio perfil de forma exclusivamente privada, ou seja, permitindo visualização completa dos seus conteúdos e atividades apenas por amigos.

Por fim, outro ponto de atenção com relação à exposição dos usuários na rede se refere aos tipos de informações pessoais que crianças e adolescentes compartilham com os demais usuários. Do total de crianças e adolescentes que possuem perfil em 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%.

CONSUMO E EXPOSIÇÃO À PUBLICIDADE

Além de investigar aspectos relativos a atividades realizadas na rede e práticas de comunicação *on-line*, a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 também passou a monitorar de maneira inédita um tema para o qual há uma demanda de pesquisa latente (LIVINGSTONE, 2006; PONTE; VIEIRA, 2007; entre outros): a exposição a conteúdos de publicidade dirigidos a crianças e adolescentes.

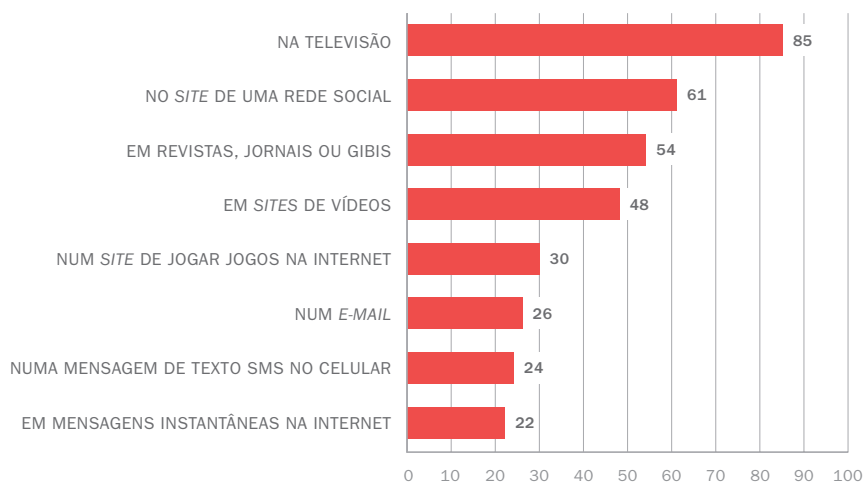
Com a disseminação da Internet entre crianças e adolescentes, estes passaram a ser um público-alvo central para estratégias de propaganda e *merchandising on-line*. Inúmeros estudos evidenciam, contudo, que meninos e meninas menores de oito anos não têm desenvolvida a habilidade de reconhecer o caráter persuasivo dessas informações. Uma postura mais crítica e um entendimento completo acerca dos propósitos da propaganda tendem a se firmar apenas na faixa dos 12 anos de idade (ANDI, 2013; BJURSTRÖM, 1994).

Além disso, a exposição à publicidade e ao *merchandising* dirigido a crianças tem sido associada a fenômenos como consumismo, obesidade infantil, erotização precoce, entre outros impactos para o desenvolvimento desse público (ANDI, 2013). A preocupação em torno do tema também cresce na medida em que emergem formas mais sofisticadas de comunicação mercadológica, como é o caso dos jogos *on-line* associados a marcas e produtos.

De forma a oferecer subsídios para esse debate, o objetivo do novo módulo é mensurar a exposição de crianças e adolescentes usuários de Internet a diferentes tipos de conteúdos mercadológicos veiculados em mídias digitais e em outros meios de comunicação. A TIC Kids Online Brasil também buscou compreender como esses usuários reagem e interagem com esses conteúdos.

Dados da pesquisa revelam que a televisão e as redes sociais são os principais meios por intermédio dos quais crianças e adolescentes entram em contato com algum tipo de publicidade ou propaganda (Gráfico 12): 85% dos jovens usuários de Internet com idades entre 11 e 17 anos⁸ viram algum tipo de propaganda na TV e 61% o fizeram em redes sociais nos 12 meses prévios à realização da pesquisa.

GRÁFICO 12
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



A exposição a conteúdos publicitários em *sites* de jogos na Internet também merece destaque, uma vez que uma parcela importante desses jovens (30%) entrou em contato com conteúdos de caráter publicitário nessas plataformas.

A pesquisa também buscou explorar a percepção de crianças e adolescentes usuários de Internet sobre propagandas e outros conteúdos de natureza mercadológica vistos em meios de comunicação. Entre as crianças e os adolescentes que tiveram contato com algum tipo de publicidade ou propaganda na televisão, 46% declararam ter gostado ou gostado muito dos conteúdos vistos. Já o percentual de crianças e adolescentes que não gostaram ou odiaram as propagandas a que foram expostos é de 23%. Uma parcela significativa (29%) dos jovens apresentou ainda uma postura indiferente em relação a esses conteúdos, declarando nem gostar nem desgostar dessa exposição.

No que se refere à exposição de jovens usuários a propagandas na Internet, foi possível constatar um percentual um pouco menor, porém ainda expressivo, de crianças e adolescentes (37%) que gostaram ou gostaram muito dos conteúdos publicitários vistos. O percentual de jovens que não gostaram ou odiaram os conteúdos a que foram expostos na rede é de 29%, enquanto 29% também declaram se sentir indiferentes a esses conteúdos.

⁸ O módulo foi aplicado apenas para crianças de 11 a 17 anos.

A TIC Kids Online Brasil 2013 também revela que 29% dos usuários de Internet com idades entre 11 e 17 anos procuraram informações sobre alguma marca ou produto na Internet após contato com publicidade. Observou-se, no entanto, que há desigualdades significativas segundo a classe social dos entrevistados. Enquanto 8% das crianças e dos adolescentes pertencentes às classes DE declararam terem buscado informações sobre produtos ou marcas na rede, essa proporção atinge os 47% para aqueles das classes AB.

Por fim, cabe destacar que a interação de crianças e adolescentes usuários de Internet com publicidade em redes sociais é significativa. Entre aqueles que possuem o próprio perfil em uma rede social, 57% afirmaram ter curtido, 36% compartilhado, 21% descurtido e 20% bloqueado alguma propaganda ou publicidade com a qual tiveram contato em redes sociais.

PERCEPÇÃO DOS PAIS E RESPONSÁVEIS

De forma complementar, a TIC Kids Online Brasil 2013 procurou ainda avaliar a percepção de pais e responsáveis sobre a exposição de seus filhos ou tutelados a conteúdos de caráter publicitário nas diversas mídias.

Do total de pais e responsáveis entrevistados, 75% declararam que seus filhos ou tutelados entraram em contato com alguma propaganda ou publicidade na televisão nos 12 meses que antecederam a pesquisa. Já com relação a propagandas e outros conteúdos publicitários presentes nas redes sociais, pouco menos da metade (47%) considera que seus filhos ou tutelados tenham sido expostos à publicidade nessas plataformas. É interessante notar que a percepção dos pais/responsáveis quanto ao grau de exposição dos seus filhos à publicidade nas diversas mídias diverge significativamente da declaração das crianças e dos adolescentes investigados.

A percepção de pais ou responsáveis sobre o contato dos seus filhos ou tutelados com publicidade e propaganda também está relacionada à situação socioeconômica da família e ao grau de escolaridade dos responsáveis. De modo geral, pais ou responsáveis de classes sociais menos favorecidas e com grau de escolaridade mais baixo declararam com menor frequência que seus filhos ou tutelados tiveram algum contato com publicidade ou propaganda em relação aos pais das classes AB e aqueles com graus de escolaridade superiores. No entanto, cabe aqui ressaltar que, como observado, pais e responsáveis pertencentes a classes socioeconômicas mais altas são também usuários mais frequentes da rede e que, conseqüentemente, sua experiência no ambiente virtual pode favorecer uma percepção mais acentuada da exposição de seus filhos a esse tipo de conteúdo.

Por fim, a TIC Kids Online Brasil explorou possíveis conseqüências da exposição à publicidade em crianças e adolescentes. Segundo declaração dos pais ou responsáveis, uma parcela considerável (29%) das crianças e adolescentes pediu algum produto após contato com propaganda ou publicidade na Internet. Também se observou aqui diferenças segundo classe social dos respondentes: enquanto 7% das crianças e dos adolescentes das classes DE pediram aos pais por algum produto, essa proporção atinge os 46% entre as crianças pertencentes às classes AB. Entre os tipos de produtos pedidos, destacam-se: roupas e sapatos (62%), equipamentos eletrônicos (56%), jogos de computador e *videogame* (26%) e brinquedos (18%).

Os resultados da TIC Kids Online Brasil 2013 e os novos dados sobre exposição de crianças e adolescentes a conteúdos mercadológicos reforçam a necessidade de posicionar esse tema na agenda pública de discussões, como um insumo para a formulação e a implementação de políticas públicas.

HABILIDADES PARA O USO CRÍTICO DA REDE

Uma questão central no debate sobre o papel das TIC para o desenvolvimento é a necessidade de se considerar não somente a possibilidade de acesso e uso da rede, mas também o desenvolvimento de competências e habilidades específicas que levem à ampliação das oportunidades associadas a esse uso. Nesse sentido, está em questão não somente a presença de um conjunto de habilidades instrumentais, mas também de conhecimentos, competências, atitudes e práticas que permitam um uso da Internet que ocorra de forma crítica, autônoma, competente e segura (BUCKINGHAM, 2007).

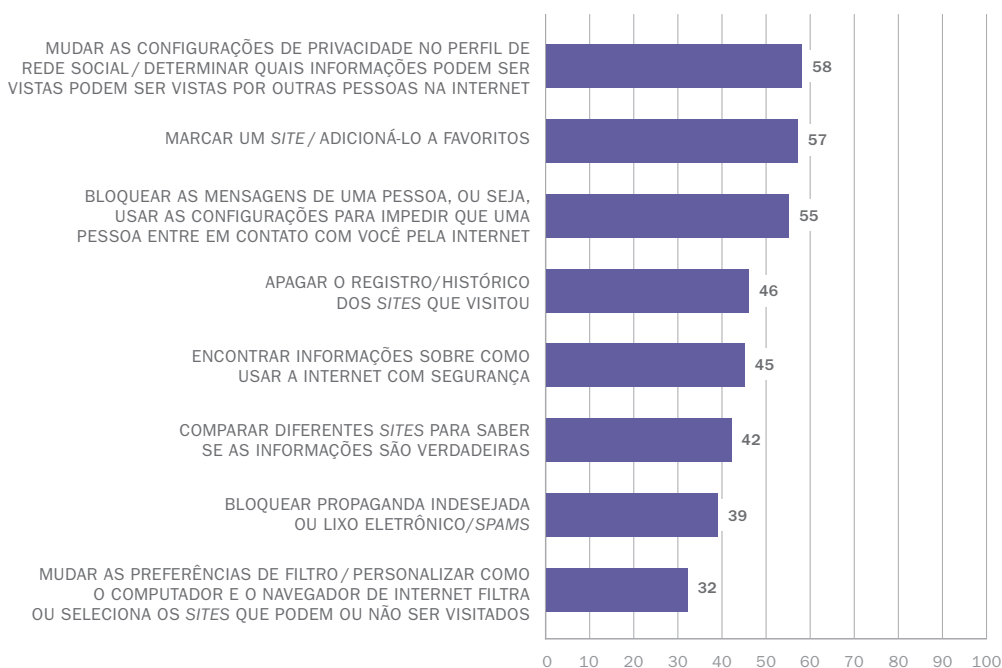
A pesquisa TIC Kids Online Brasil busca contemplar esses aspectos através da mensuração das capacidades e habilidades das crianças e adolescentes no que se refere ao manuseio de ferramentas digitais mais ou menos complexas. Os dados indicam que habilidades de caráter mais instrumental são reportadas com maior intensidade. Em 2013, pesquisa constatou que metade das crianças e dos adolescentes (50%) que possuem perfil em redes sociais criou o próprio perfil de forma autônoma (sozinho), enquanto 34% contaram com a ajuda de outra pessoa e 15% tiveram seus perfis criados por outras pessoas.

Vale notar que a variável “idade” exerce uma influência relevante no grau de autonomia digital de crianças e adolescentes: enquanto apenas 13% dos usuários de Internet com idades entre 9 e 10 anos criaram o perfil sem a ajuda de outra pessoa, essa proporção atinge os 63% para aqueles com idades entre 15 e 17 anos. Além disso, uma parcela significativa das crianças e dos adolescentes usuários de Internet entre 11 e 17 anos declara estar habilitada a mudar as configurações de privacidade no perfil de rede social (58%) e a utilizar configurações para impedir que uma pessoa entre em contato com ela (55%) (Gráfico 13).

Foram citadas com menor frequência habilidades relacionadas à busca por informações específicas e à capacidade de confrontar informações de fontes diferenciadas – que tendem a indicar um uso mais crítico da Internet. “Comparar diferentes *sites* para saber se as informações são verdadeiras” é uma habilidade declarada por 42% dos jovens usuários de Internet de 11 a 17 anos de idade. Já encontrar informações sobre como usar a Internet com segurança foi reportada por 45%.

GRÁFICO 13

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR HABILIDADES NO USO DA INTERNET
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



Essas habilidades, contudo, estão presentes de forma desigual segundo a idade da criança ou do adolescente e a escolaridade do pai ou responsável. De forma geral, observou-se que usuários de Internet em faixas etárias mais avançadas e cujos pais ou responsáveis apresentam graus de escolaridade mais altos declararam possuir um maior número de habilidades no uso das TIC. A capacidade de comparar informações de *sites* diferentes entre adolescentes com idades entre 15 e 17 anos (50%) e de jovens cujos pais ou responsáveis completaram o Ensino Médio ou Superior (50%) está, por exemplo, acima do total verificado para esse público. O mesmo ocorre com a capacidade de encontrar informações sobre o uso seguro da rede: enquanto 51% dos adolescentes entre 15 e 17 anos declararam possuir tal habilidade, esse percentual é de 26% para aqueles com idades entre 11 e 12 anos. Crianças e adolescentes cujos pais completaram o Ensino Médio ou mais (48%) também representam um percentual acima do total observado para o público.

Além de explorar a presença de habilidades específicas no uso de ferramentas digitais, a pesquisa procurou investigar a percepção de crianças e adolescentes sobre suas habilidades e competências no uso da rede. Um dado interessante é que metade (50%) dos jovens usuários de Internet com idades entre 11 e 17 anos afirmou saber muitas coisas sobre como usar a Internet. Essa percepção aumenta quando comparada ao conhecimento dos pais ou responsáveis sobre o uso da rede: 67% acreditam saber mais sobre a Internet do que seus pais.

Por fim, é importante ressaltar que uma proporção importante dos jovens usuários de Internet demonstrou conhecimento sobre a existência de oportunidades e riscos no uso da rede – sendo que 77% entendem que na Internet há coisas com o potencial de incomodá-las. Contudo, reconhecem também o potencial positivo da rede, uma vez que 71% deles acreditam que há muitas coisas na Internet que são boas para crianças/jovens da sua idade.

Os resultados da TIC Kids Online Brasil 2013 indicam, portanto, que crianças e adolescentes tendem a adquirir habilidades e competências à medida que se tornam usuários mais experientes. Por outro lado, uma parcela importante dos usuários – principalmente aqueles em condições socioeconômicas menos privilegiadas – ainda utiliza a Internet sem possuir algumas habilidades básicas para a sua segurança e privacidade na rede. Os dados, portanto, são um contraponto ao mito de que, enquanto “nativos digitais”, crianças e adolescentes desenvolvem competências digitais de forma natural ou automática (LIVINGSTONE et al., 2010) e apontam, portanto, para a necessidade de incluir o tema na agenda de formulação de políticas públicas.

RISCOS E DANOS

As mídias digitais geram inúmeras oportunidades de desenvolvimento, sociabilização, aprendizagem e autoexpressão para todos os seus usuários (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014). Isso não significa, todavia, que esse acesso esteja isento de situações de risco, sejam eles de caráter técnico, como vírus e *spywares*, ou relacionados à exposição a conteúdos considerados inapropriados, entre outros problemas. Nesse sentido, a compreensão dos usos que crianças e adolescentes fazem da rede é essencial para se pensar em estratégias e políticas públicas que visem potencializar os benefícios e oportunidades e minimizar os riscos e potenciais danos associados a essa experiência.

No entanto medir os comportamentos de risco *on-line* entre jovens por meio de um questionário estruturado representa um grande desafio de pesquisa, uma vez que envolve a coleta de informações sobre temas sensíveis para o entrevistado, como, por exemplo, assédio sexual, exposição à pornografia, *bullying*, entre outros. Seguindo a metodologia adotada pela rede EU Kids Online, a pesquisa TIC Kids Online Brasil optou por abordar essas questões por meio de um questionário preenchido pelo próprio respondente, a fim de proporcionar uma situação de maior privacidade e segurança ao reportar experiências pessoais vividas na rede.

Para tanto, foram aplicadas duas versões de questionários de autopreenchimento: uma versão reduzida e mais simples para crianças e adolescentes com idades entre 9 e 10 anos e uma versão mais detalhada, para os de 11 a 17 anos. Ao final de cada entrevista, o questionário de autopreenchimento foi lacrado e anonimizado, de forma que o respondente não pudesse ser identificado. Apesar das limitações inerentes a esse modo de coleta de dados, os indicadores sobre fatores de risco na rede são de inestimável importância para explorar indícios sobre as diferentes situações vivenciadas pelo público em questão.

Para compreender os fatores de risco e potenciais danos vivenciados por crianças e adolescentes na Internet, a TIC Kids Online Brasil investigou situações do cotidiano *on-line* e *off-line* dos entrevistados. Em um primeiro momento, crianças e adolescentes responderam se tinham passado por alguma situação, de maneira geral, que os chateou, incomodou ou aborreceu nos 12 meses anteriores à realização da pesquisa. Os resultados apontaram que 23% das crianças e dos adolescentes com idades entre 11 e 17 anos consideraram que alguma pessoa agiu de forma ofensiva ou o chateou nos últimos 12 meses. Entre os que sofreram alguma chateação, 59% disseram, ainda, já ter vivenciado essa situação na Internet.

Adicionalmente, por meio de uma questão aberta, foram relacionados os tipos de situações que são capazes de incomodar, chatear ou aborrecer crianças e adolescentes na Internet. Após a codificação das respostas, observou-se que os resultados apontam para uma gama variada de situações de incômodo, com menções relacionadas:

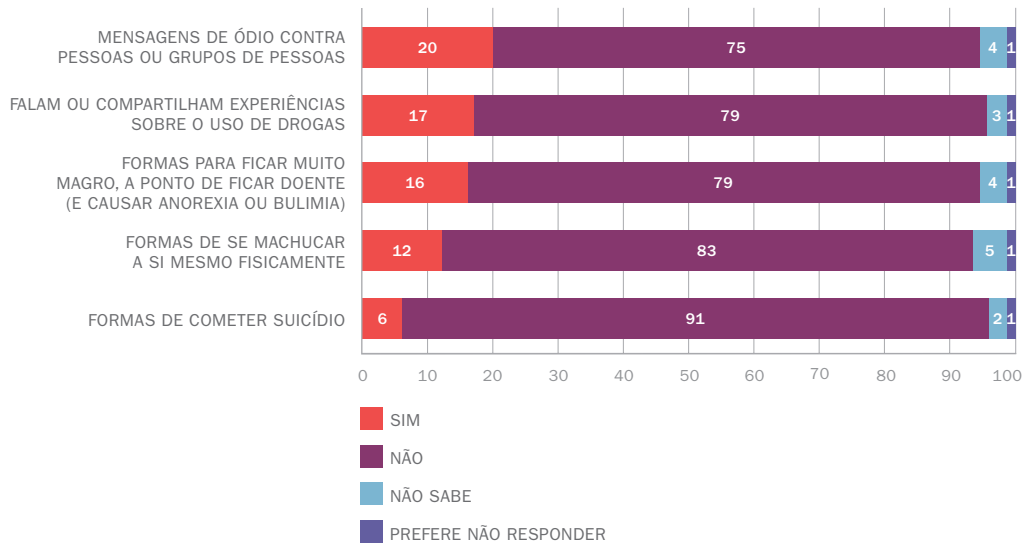
- À prática de *bullying* (21%): *"contar mentiras sobre minha pessoa"*, *"preconceito"*, *"me dar apelidos que não gosto"*, entre outros;
- A conteúdos de cunho pornográfico ou erótico (13%): *"vídeos de sexo"* ou *"imagens de sexo"*;
- A conteúdos sobre violência real (11%): *"espancamento de crianças"* ou *"maltrato de animais"*.

Outros assuntos foram mencionados com menor frequência como motivo de aborrecimento para crianças e adolescentes: assédio sexual (8%), conteúdos que são de desagrado do usuário (5%), tipos de jogos violentos ou chatos (5%), conteúdos de terror (3%), conteúdos relativos a drogas ou problemas de saúde (2%).

A pesquisa também buscou explorar o contato de crianças e adolescentes usuários de Internet com conteúdos de natureza sexual. A pesquisa revelou que 29% das crianças e dos adolescentes usuários de Internet com idades entre 11 e 17 anos declararam terem sido expostos a conteúdos sexuais nos 12 meses prévios à pesquisa. Entre aqueles que entraram em contato com algum tipo de conteúdo sexual, seja *on-line* ou *off-line*, quase metade (48%) o fez na Internet.

Dados revelaram ainda que uma parcela considerável dos jovens com idades entre 11 e 17 anos teve contato com alguns conteúdos inapropriados e possivelmente associados a consequências danosas ou prejuízos efetivos aos usuários (Gráfico 14). Observou-se, por exemplo, que 20% deles tiveram contato com mensagens de ódio contra pessoas ou grupos de pessoas, 17% falaram sobre ou compartilharam experiências sobre o uso de drogas e 16% tiveram contato com formas de ficar muito magro, a ponto de ficar doente. Ainda que apresentem um percentual reduzido, merecem atenção formas de machucar a si mesmo (12%) e formas de cometer suicídio (6%).

GRÁFICO 14
PROPOÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDO COM O QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



Para além da exposição a conteúdos e informações considerados pouco apropriados para crianças e adolescentes, a possibilidade de contatos com desconhecidos também pode ser potencial fonte de risco na rede. Constatou-se, por exemplo, que 28% dos usuários com idades entre 11 e 17 anos já tiveram contato com alguém na Internet que não conheciam pessoalmente. Dentre os que tiveram contato com desconhecidos, 35% declararam ainda ter se encontrado pessoalmente com alguém que conheceram na rede.

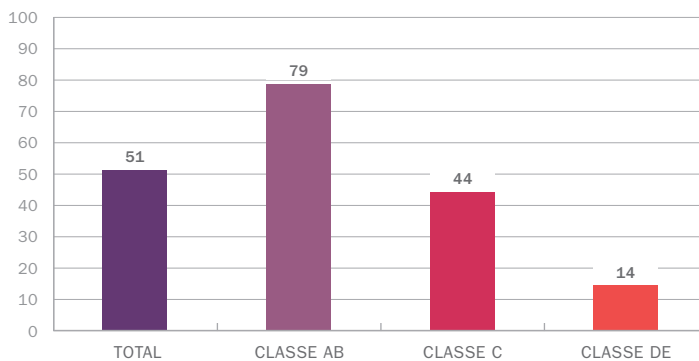
Por fim, ainda que seja considerável o desafio metodológico de se investigar temas sensíveis para o respondente, como os explorados pela pesquisa TIC Kids Online Brasil, os dados revelam que fatores de risco estão presentes em algum grau no cotidiano de jovens usuários de Internet. Todavia é importante mencionar que experiências produtoras de risco na rede não resultam necessariamente em consequências danosas ou prejuízos efetivos ao desenvolvimento e ao processo de socialização dos usuários. Pelo contrário, dados empíricos da pesquisa EU Kids Online demonstram que crianças e adolescentes que estão mais expostas a riscos não são necessariamente aquelas que enfrentam mais consequências danosas (LIVINGSTONE et al., 2011).

MEDIAÇÃO POR PAIS OU RESPONSÁVEIS

De forma análoga ao acesso à rede e uso dela, as experiências *on-line* vivenciadas por crianças e adolescentes estão inseridas em um contexto social de uso da rede mediado por pais, responsáveis, outros familiares e pares, bem como por diferentes atores do ambiente escolar (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014).

Nesse sentido, a pesquisa TIC Kids Online Brasil procura avaliar o perfil de uso da Internet por parte de pais ou responsáveis.⁹ Em 2013, constatou-se que apenas pouco mais da metade (51%) dos pais ou responsáveis era usuária de Internet.¹⁰ No entanto cabe destacar que essa proporção varia de acordo com a classe social dos respondentes: enquanto 79% dos pais ou responsáveis das classes AB afirmaram ter utilizado a Internet ao menos uma vez nos três meses anteriores à realização da pesquisa, esse percentual é de 44% na classe C e de apenas 14% nas classes DE (Gráfico 15).

GRÁFICO 15
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, CUJOS PAIS/RESPONSÁVEIS USARAM
A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES, SEGUNDO CLASSE SOCIAL
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Entre os pais ou responsáveis usuários de Internet, uma parcela significativa declarou acessar a rede frequentemente: 65% o fazem todos os dias ou quase todos os dias. A frequência de uso da Internet por pais ou responsáveis também está relacionada à situação socioeconômica da família. Enquanto a proporção de uso frequente é de 76% nas classes AB, esse percentual atinge 32% nas classes DE.

Com relação ao local de acesso à rede por pais ou responsáveis, a TIC Kids Online Brasil 2013 identificou um aumento no uso no interior dos domicílios. De maneira geral, o domicílio

⁹ 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.

¹⁰ De acordo com a definição adotada pela União Internacional de Telecomunicações (UIT) – órgão da Organização das Nações Unidas (ONU) que investiga o uso das TIC no mundo – 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).

continua sendo o local mais citado: 93% dos pais ou responsáveis declararam acessar a rede desse ambiente, um aumento de 8 pontos percentuais em relação a 2012. No entanto, em correspondência com a tendência identificada para a população de usuários de Internet com idades entre 9 e 17 anos, também é bastante relevante o crescimento do acesso móvel. Enquanto, em 2012, 6% dos pais ou responsáveis usuários de Internet acessavam a rede durante deslocamentos, essa proporção chegou a 18% em 2013. É interessante mencionar que, diferentemente do que ocorre em outros locais de acesso à rede, a proporção de pais ou responsáveis que usam a Internet durante o deslocamento é muito similar para todas as classes sociais: 18% nas classes AB, 17% na classe C e 17% nas classes DE.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil procura ainda explorar formas de mediação parental sobre o acesso e uso das TIC por crianças e adolescentes. Nesse sentido, Helsper et al. (2013), com base em estudo realizado em 25 países europeus pela rede EU Kids Online, mapearam as seguintes estratégias de mediação do uso da rede:

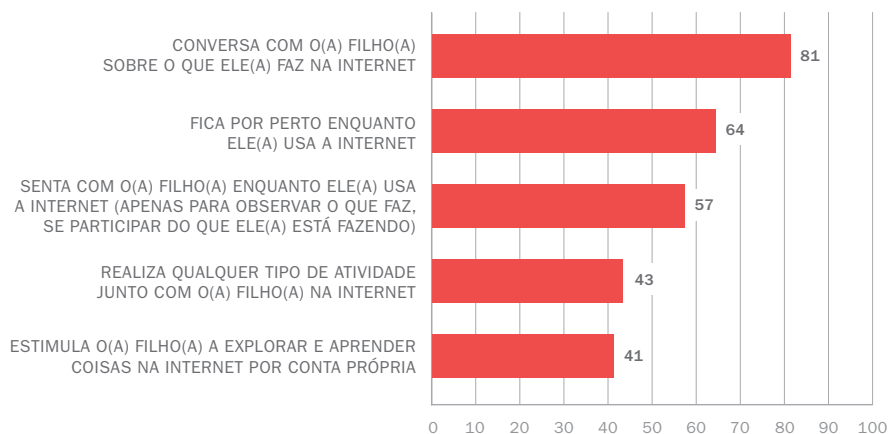
- Mediação ativa do uso da rede, em que pais ou responsáveis conversaram com filhos ou tutelados sobre conteúdos presentes na rede, realizaram atividades em conjunto e estão fisicamente presentes durante o acesso à Internet.
- Mediação ativa do uso seguro da rede, em que pais ou responsáveis promoveram ou incentivaram um uso seguro e responsável da rede por seus filhos ou tutelados.
- Mediação restritiva, em que pais ou responsáveis determinaram regras que limitam ou regulam o tempo e local de uso da rede, bem como a realização de atividades *on-line*.
- Restrições técnicas, em que pais ou responsáveis utilizaram *software* ou ferramentas técnicas para filtrar ou restringir atividades *on-line* de seus filhos ou tutelados.
- Monitoramento de atividades, em que pais ou responsáveis monitoraram ou checaram o registro de atividades *on-line* de seus filhos ou tutelados.

No Brasil, entre as estratégias de mediação mais citadas, destacam-se as de mediação ativa do uso da rede. A conversa sobre o que os filhos fazem na Internet é a forma mais citada (81%). Apesar de ser a atividade mais mencionada, ainda há 43% dos pais ou responsáveis que realizam qualquer tipo de atividade junto com o filho ou tutelado na Internet e 41% que os estimulam a explorar e aprender coisas novas na rede (Gráfico 16). Por outro lado, dados da pesquisa apontam que 13% dos pais ou responsáveis declararam não realizar nenhuma forma de mediação de uso da Internet, reforçando a necessidade de expansão desse debate para além dos limites da educação escolar.

GRÁFICO 16

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO QUE COSTUMAM RECEBER PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS/RESPONSÁVEIS

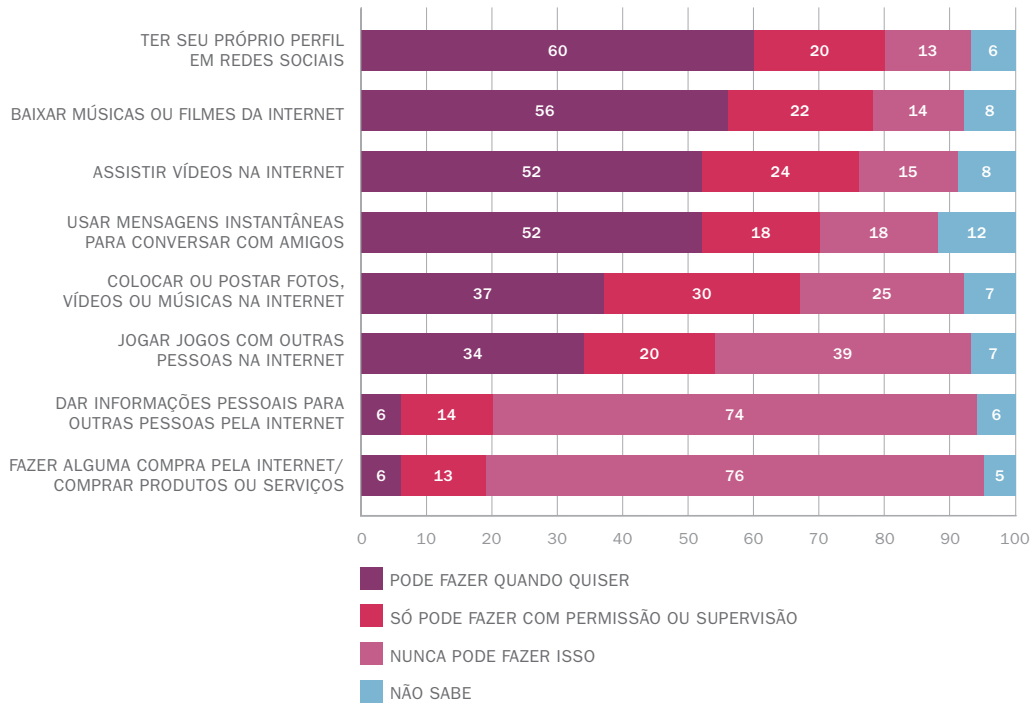
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



De maneira complementar, os entrevistados também declararam dar algumas orientações específicas para o uso da rede aos filhos ou tutelados. Do total de pais ou responsáveis, 69% declararam ter indicado aos seus filhos ou tutelados como usar a Internet com segurança e explicado por que o conteúdo de alguns *sites* é bom e de outros, ruim. Por fim, 68% conversaram com seus filhos ou tutelados sobre o que deveriam fazer se algo os aborresse na Internet. Nesse caso, também é significativo o percentual de pais que declararam não realizar qualquer tipo dessas atividades (22%).

Além das estratégias de mediação ativa do uso (seguro) da rede, a pesquisa explorou formas de mediação restritiva, como as permissões de uso que os pais concedem aos filhos em relação às suas atividades na Internet (Gráfico 17). Dados apontam que uma parcela significativa dos pais ou responsáveis impõe algum tipo de restrição às atividades *on-line* de seus filhos ou tutelados. Enquanto 33% dos pais ou responsáveis impõem algum tipo de restrição à presença em redes sociais, 74% não permitem que seus filhos ou tutelados deem informações pessoais para outras pessoas na rede e ainda 76% não permitem que esses realizem alguma compra pela Internet.

GRÁFICO 17
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS/ADOLESCENTES, POR TIPO DE PERMISSÃO RECEBIDA PARA ATIVIDADES NA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS/RESPONSÁVEIS
 Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 identificou ainda que as estratégias de mediação parental baseadas em restrições técnicas e monitoramento de atividades – em que pais ou responsáveis utilizam ferramentas técnicas para limitar, restringir ou monitorar as atividades *on-line* de seus filhos ou tutelados – são formas de mediação menos comuns. Ainda, 26% dos pais ou responsáveis cujos filhos usam Internet em casa afirmaram empregar formas de bloqueio ou filtro para alguns tipos de *sites*, enquanto 9% afirmaram utilizar um serviço ou contrato que limita o tempo de acesso de seu filho ou tutelado à rede. Já com relação ao monitoramento de atividades *on-line*, 55% dos pais ou responsáveis declararam verificar o perfil de seus filhos ou tutelados em redes sociais ou comunidades *on-line*. Por fim, pouco menos da metade (48%) afirmou verificar o histórico ou registro dos *sites* visitados.

Embora dados da pesquisa indiquem que pais e responsáveis empregam estratégias diversas de mediação do uso da rede, ainda é baixo o percentual de pais que acreditam que seus filhos tenham passado por alguma situação de incômodo ou constrangimento na Internet nos 12 meses prévios à pesquisa (8%). Isso aponta para a importância de posicionar esse debate com destaque publicamente, proporcionando aos pais e responsáveis maior conhecimento sobre benefícios, oportunidades e possíveis riscos associados ao uso da rede.

A escola também aparece como um dos principais canais de informação acerca dos usos que crianças e adolescentes fazem da Internet, sendo citada como fonte de informação por 26% dos pais ou responsáveis. No entanto mais da metade deles (59%) gostaria de obter na escola mais informações sobre o uso seguro da rede. Outras fontes de informação a respeito do

tema também foram citadas: 42% dos pais se informaram sobre o uso seguro da rede por TV, rádio, jornais ou revistas e 43%, com família e amigos. Tendo em vista a grande demanda por informações, o Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil – CERT.br¹¹ desenvolveu a Cartilha de Segurança para Internet, que contém recomendações e dicas sobre como aumentar a segurança na rede. O material pode ser baixado pelo público geral e disseminado entre os interessados, a fim de ampliar os conhecimentos sobre o tema.

EXPLORANDO FATORES DE INFLUÊNCIA SOBRE A MEDIAÇÃO

A partir das dimensões investigadas pela pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013 e com o objetivo de aprofundar a análise sobre oportunidades e riscos associados ao uso da Internet, foi realizado um estudo exploratório sobre os fatores que influenciam as estratégias de mediação do uso da rede por crianças e adolescentes. Para tanto, foi realizada uma análise de regressão logística¹² que explorou as possíveis chances de que pais ou responsáveis usuários de Internet – em oposição a pais e responsáveis não usuários da rede – realizem diferentes estratégias de mediação do uso da Internet pela criança ou adolescente.

Considerando os fatores de influência sobre a mediação parental, o teste foi aplicado para as seguintes dimensões de análise:

1. Uso da Internet por pais e responsáveis;
2. Percepção de pais e responsáveis sobre riscos associados ao uso da rede;
3. Estratégias de mediação empregadas por pais e responsáveis.

De modo geral, os resultados dos testes sugerem que o uso da Internet por pais e responsáveis configura um fator de influência importante sobre as estratégias de mediação por eles empregadas. O modelo de regressão logística ajustado com as variáveis “Uso da Internet por pais e responsáveis”, “Estratégias de mediação empregadas por pais e responsáveis”, e “Percepção de pais e responsáveis sobre riscos associados ao uso da rede” obteve 86,5% de ajuste. Utilizando as variáveis “Percepção de pais e responsáveis sobre riscos associados ao uso da rede” e “Estratégias de mediação empregadas por pais e responsáveis”, foi possível constatar que a percepção sobre riscos não se demonstrou significativa o suficiente para explicar a existência de algum tipo de mediação do uso da rede.

¹¹ O Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil (CERT.br), departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), braço executivo do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), é responsável por tratar incidentes de segurança em computadores que envolvam redes conectadas à Internet brasileira. Mais informações em: <<http://www.cert.br/sobre/>>. Elaborada pelo CERT.br, a Cartilha de Segurança para Internet está disponível em: <<http://cartilha.cert.br/>>.

¹² Métodos de regressão geralmente são utilizados para estabelecer relações entre uma variável resposta e variáveis explicativas. O modelo de regressão logística binária difere do modelo de regressão linear por ter como variável resposta apenas valores binários como $Y=0$ e $Y=1$, em que o valor 1 é denominado como evento de interesse (HEERINGA et al., 2010).

Em contrapartida, a variável “Uso da Internet por pais ou responsáveis” obteve significância estatística, indicando que o uso da Internet por pais ou responsáveis¹³ aumenta em nove vezes a chance de que seja empregada alguma estratégia de mediação em comparação a pais ou responsáveis não usuários da rede.

A fim de melhor compreender as diversas estratégias de mediação realizadas por pais ou responsáveis usuários de Internet, foi construído um novo modelo contendo as variáveis “Uso da Internet por pais e responsáveis” e “Estratégias de mediação empregadas por pais e responsáveis”. O modelo foi ajustado em 63,3%, denotando que o uso da rede por pais ou responsáveis amplia em 4 vezes a chance de que pais se utilizem de estratégias de mediação ativa do uso da rede¹⁴ quando comparada a pais não usuários da rede. Os resultados sugerem ainda que o uso da rede por pais e responsáveis aumenta em cinco vezes a chance de que estratégias de mediação ativa do uso seguro da rede sejam empregadas.¹⁵

Os resultados indicam, portanto, que o uso da rede por pais e responsáveis é um fator de influência importante sobre suas formas de mediação. Portanto, para pais não usuários da rede, a mediação do acesso de crianças e adolescentes ainda representa um desafio que merece destaque na agenda de políticas públicas. Os dados reforçam a importância de estratégias que fomentem a inclusão digital no país e, assim, sejam capazes de maximizar oportunidades e minimizar riscos associados ao uso da rede por crianças e adolescentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: AGENDA PARA POLÍTICAS PÚBLICAS

Com a divulgação dos resultados da segunda edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil, o país tem à disposição dados fundamentais que ajudam a delinear o cenário atual de uso das TIC por crianças e adolescentes, bem como perspectivas e desafios para um diálogo construtivo entre governo, acadêmicos e sociedade na promoção de um uso crítico e seguro da Internet. Nesse sentido, podem-se destacar alguns indícios explorados ao longo desta análise de resultados:

ACESSO E USO DA INTERNET

A tendência de crescimento do uso de dispositivos móveis, como telefones celulares e *tablets*, é um dos destaques da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2013. Nesse contexto, o uso de telefones celulares apresentou um crescimento relevante em todas as classes sociais, mas ainda há desigualdades significativas quanto ao acesso a esse equipamento. Os dados da

¹³ Considerando pais e responsáveis usuários de Internet, ou seja, aqueles indivíduos que utilizaram a rede ao menos uma vez nos três meses que antecederam a pesquisa.

¹⁴ Considerando-se formas de mediação as em que pais ou responsáveis conversaram com filhos ou tutelados sobre conteúdos presentes na rede, realizaram atividades em conjunto e estão fisicamente presentes durante o acesso à Internet.

¹⁵ Considerando-se estratégias de mediação as em que pais ou responsáveis promoveram ou incentivaram um uso seguro e responsável da rede por seus filhos ou tutelados, por exemplo, conversando com eles sobre como lidar com aborrecimentos e situações de risco na rede.

pesquisa indicam que as desigualdades socioeconômicas presentes no Brasil ainda constituem um desafio importante para que o acesso ao mundo digital ofereça as mesmas oportunidades a todos os usuários – e essa barreira também pode ser observada no acesso aos meios móveis.

MOBILIDADE DE ACESSO

O aumento significativo da mobilidade implica também uma dinâmica de acesso à rede mais privativa, o que torna mais complexo o acompanhamento e as ações de mediação de pais, professores e outros responsáveis. Esse novo contexto resulta simultaneamente em maior exposição a oportunidades e riscos vivenciados *on-line*. Desse modo, faz-se necessária uma reflexão profunda sobre formas de medição, não apenas limitadas à imposição de restrições técnicas ou à presença ou ausência dos pais ou responsáveis em seu momento de uso.

HABILIDADES PARA O USO CRÍTICO DA REDE

A TIC Kids Online Brasil constatou que habilidades de caráter mais instrumental são reportadas com maior intensidade por crianças e adolescentes. Já habilidades relacionadas à busca por informações específicas e a capacidade de confrontar informações de fontes diferenciadas – que tendem a indicar um uso mais crítico da Internet – são citadas com menor frequência. Os resultados apontam, portanto, que crianças e adolescentes não desenvolvem competências digitais de forma natural ou automática e tendem a adquirir habilidades e competências à medida que se tornam usuários mais experientes e que avançam na formação escolar. Esse indicativo explicita, portanto, a necessidade de se avançar na agenda de mídia-educação.

EXPOSIÇÃO À PUBLICIDADE E MERCHANDISING

Dados apontam para uma penetração importante de conteúdos mercadológicos no universo da Internet e outras mídias digitais. A pesquisa TIC Kids Online Brasil revelou que a televisão e as redes sociais estão entre os principais meios pelos quais crianças e adolescentes entram em contato com algum tipo de publicidade ou propaganda. A exposição a conteúdos publicitários em *sites* de jogos na Internet também merece destaque. Os resultados apresentados sobre exposição de crianças e adolescentes a conteúdos mercadológicos reforçam a necessidade de posicionar esse tema na agenda de decisores públicos.

MEDIAÇÃO POR PAIS E RESPONSÁVEIS

A TIC Kids Online Brasil revela um cenário em que apenas pouco mais da metade dos pais ou responsáveis é usuária de Internet (51%). De modo geral, os resultados sugerem que o uso da rede por pais e responsáveis é um fator de influência importante sobre suas formas de mediação. Portanto, para pais não usuários da rede, a mediação do acesso de crianças e adolescentes ainda representa um desafio que merece destaque na agenda de políticas públicas.

REFERÊNCIAS

- ANDI – COMUNICAÇÃO E DIREITOS. *Direitos da infância e direito à comunicação: fortalecendo convergências nos marcos legais e nas políticas públicas*. Supervisão de Veet Vivarta. Brasília, DF: ANDI, 2013.
- BELLONI, M. L. Infância, Mídias e Educação: revisitando o conceito de socialização. *Perspectiva*, Florianópolis, v.25, n.1, p.57-82, 2007.
- BJURSTRÖM, E. *Children and Television Advertising: A Critical Study of International Research Concerning the Effects of TV- Commercials on Children*. Stockholm: Swedish Consumer Agency, 1994.
- BUCKINGHAM, D. Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet. *Research in Comparative and International Education*, v.2, n.1, p. 43-55, 2007.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil - TIC Domicílios e Empresas 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014. Coord. Alexandre F. Barbosa. Disponível em: <http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 09 out. 2014.
- De LEEUW, E. D.; BORGERS, N.; STRIJBOS-SMITS, A. Children as Respondents: Developing, Evaluating, and Testing Questionnaires for Children. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON QUESTIONNAIRE DEVELOPMENT EVALUATION AND TESTING METHODS, 2002, Charleston, South Carolina.
- HEERINGA, S. G.; WEST, B. T.; BERGLUND, P. A. *Applied Survey Data Analysis*. Boca Raton: Chapman & Hall/CRC Press, 2010.
- HELSPER, E. J.; KALMUS, V.; HASEBRINK, U.; SAGVARI, B.; de HAAN, J. *Country Classification: Opportunities, Risks, Harm and Parental Mediation*. London: LSE, EU Kids Online, 2013.
- LIVINGSTONE, S. Does TV Advertising Make Children Fat? *Public Policy Research*, v. 13, n.1, p. 54-61, 2006.
- LIVINGSTONE, S.; HASEBRINK, U.; GÖRZIG, A. Towards a General Model of Determinants of Risks and Safety. In: S. Livingstone, L. Haddon & A. GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety on the Internet* Bristol: Policy Press, 2012. p. 323-339.
- LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. & ÓLAFSSON, K. *Risks and Safety on the Internet: The perspective of European children*. Full findings. London: LSE, EU Kids Online, 2011.
- LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; VINCENT, J.; MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: The UK Report*. London: LSE, 2010.
- MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: Risks and Opportunities*. Milano: Educatt, 2014.
- PONTE, C.; SIMÕES, J. A. Comparando resultados sobre acessos e usos da Internet: Brasil, Portugal e Europa. In: *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. p. 27-35. Disponível em: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Acesso em: 09 out., 2014.
- PONTE, C.; VIEIRA, N. Crianças e Internet, riscos e oportunidades. Um desafio para a agenda de pesquisa nacional. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 5., 2007, Braga.
- UNIÃO INTERNACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES – UIT. *Manual for Measuring ICT Access and Use by Households and Individuals – 2014 Edition*. Disponível em: <http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ITCMEAS-2014-PDF-E.pdf>. Acesso em: 18 set., 2014.

ENGLISH

FOREWORD

The Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) annually produces data and strategic information on the access and use of information and communication technologies (ICT), to contribute to society with reliable and updated information on the impacts of ICTs, and particularly the Internet, on society and the economy. Today, the Internet plays an important role for social and personal development, as well as for constructing an inclusive and non-discriminatory society for all. Thus, our main goal is to contribute to developing effective and efficient public policies and generating information that can be used for the development of the Internet in Brazil as well as for supporting academic research that contributes to the construction of knowledge in this area.

Regular production of indicators and statistics on the progress of these technologies, with the development of specialized surveys in distinct sectors of society, has been an important part of the responsibilities of NIC.br since 2005 and generates significant input for public policies and academic research. In 2011, an annual training program was launched, the NIC.br Annual Workshop on Survey Methodology, aimed at creating a space for debate and capacity building in the use of statistical data involving public administrators, academics and data producers.

The 4th edition of the ICT Education survey and the 2nd edition of the ICT Kids Online Brazil survey – which we have the pleasure to present – reflects the time in which we live. The increasing effects of phenomena such as social networking sites on the Internet and the irreversible trend of mobility in Internet access are incontestable. Advances in the use of devices such as laptops, tablets and mobile phones, which have become part of everyday life for a considerable portion of children, as well as for teachers working in Elementary and Secondary Education, demonstrate this fact. The spread of social networking sites intensifies the discussion on the opportunities and risks of Internet use by young people, giving rise to new debates such as the issue of consumption of and exposure to advertising on the Internet. These and other topics are highlights of these surveys conducted by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br).

The reading of the results and analyses available in this publication provides a wide radiography of ICT access and use in Brazilian schools and by our children, and also constitutes an input for the discussion of agendas for public policies to promote the pedagogical use of ICTs; teacher training; development of competencies and skills for the proficient use of new technologies; critical use of technology by children; and above all, issues related to online protection of children.

Enjoy your reading!

PRESENTATION

Information and communication technologies (ICTs) are the starting point for building an information society. The increased access to these technologies – especially to the Internet, mobile devices and a huge number of applications based on these devices – poses, at the same time, great opportunities and challenges for parents, educators and public managers.

Measuring the access to and use of these technologies by youth through reliable statistical data is a fundamentally important strategic activity for policy makers facing the debate on the use of ICTs in education, the rights of children, freedom of expression and protection of children online.

The debate concerning the measurement of the information and knowledge society is an important issue for international organizations such as the United Nations (UN), the World Bank, the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco) and the International Telecommunication Union (ITU). These organizations have formulated methodological standards and internationally agreed indicators to make possible the production of relevant and comparable statistical data.

In Brazil, the production of statistical data on ICT access and use has been a task of the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), which has been providing regular data on ICTs through specialized surveys in various sectors of the Brazilian society. The annual surveys on the use of these information and communication technologies in Brazilian schools, as well as Internet use by children – ICT Education, since 2010, and ICT Kids Online Brazil, since 2012, are conducted by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), a department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br). The historical series of data enables the monitoring of changes in the country in terms of access to and use of these technologies in Brazilian schools and by children. The ICT Education survey, in its 4th edition, monitors the integration of ICT in educational practices in Brazilian public and private schools. Meanwhile, the ICT Kids Online Brazil survey, in its 2nd edition, addresses the behavior of young Internet users as well as the risks and opportunities related to their presence on the web.

This publication reinforces the CGI.br's commitment to producing periodic ICT statistics in Brazil, as well as fostering an open and profound debate among actors in charge of elaborating guidelines for the socioeconomic and cultural development of the country, supported by ICT use.

INTRODUCTION

We are experiencing the rise of a connected society. The daily life of citizens, governments and organizations has become increasingly dependent on applications based on information and communication technologies (ICT) and, above all, on the communication networks that connect them. According to Castells and Cardoso (2005), we are living a process of multidimensional structural transformation associated with the emergence of a new technological paradigm based on information and communication technologies¹.

The Internet is at the epicenter of this continuous and rapid technological changes. As it becomes a critical and ubiquitous element in contemporary social life, the web will inevitably cause significant impacts of social, cultural, behavioral, political, and economic nature.

In turn, children experience these transformations even more intensely. The Internet, tablets, smartphones and social media have deeply and quickly transformed the way young people socialize and relate to the world around them. At the same time, these technologies have the potential to generate opportunities for their development, as well as risks that must be mitigated.

The Internet represents an opportunity for promoting the fundamental rights of children, as stated in the United Nations Convention on the Rights of the Child. Articles 13 and 17, in particular, establish the right of the child to access information through a diversity of sources, including the Internet; while Article 12 reinforces the right of the child to form his/her own point of view and have full freedom of expression – which without a doubt is influenced by the emergence of digital media.

On the other hand, online situations of risk, such as exposure to age-inappropriate content like pornography, for example, do not necessarily translate into harm to the child's development. Risk behaviors are more or less problematic depending on factors such as age group, education level and skills for critical use of information.

A fundamental element in issues regarding children online is the extent to which they can count on mediation by actors such as schools, family and society in general. According to specialists, the best way to protect children from these situations is by using the Internet with the mediation of parents, legal guardians and educators. Furthermore, the participation of these social actors in Internet use by children is essential. With the dissemination of mobile devices, orientation-based strategies that provide guidance on safe use have become even

¹ CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Org.). *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations, 2005.

more important. Such strategies move beyond restrictive mediation, such as using software or filters as a means of parental content control.

Monitoring this scenario requires the development of appropriate methodology, specific indicators and survey aimed at producing reliable and internationally comparable data. That meet the needs of stakeholders: government, academic researchers and society as a whole.

In Brazil, the production of indicators regarding access and use of ICT is part of the mission of 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). Carried out since 2012, the purpose of the ICT Kids Online Brazil survey is to understand how the young population, between the ages of 9 and 17, uses the Internet and cope with the online risks and opportunities involved. The survey was based on the methodology developed by the EU Kids Online Network, led by the London School of Economics. This allows for results obtained in Brazil to be compared internationally.

In addition to an international methodological framework, Cetic.br has also adopted codes of good practice created by official institutes for the production of statistics and has applied greater rigor regarding sample design and selection. To this end, it has improved the control and monitoring processes of field data collection and has refined all data processing and validation procedures to continuously improve the quality of the indicators, statistics and data analysis.

The planning and conduction of the ICT Kids Online Brazil survey was accompanied by a group of specialists, whose valuable contribution has provided legitimacy and broadened the transparency of the methodological choices. Renowned for their competence and knowledge on investigating ICT access and use by children, these professionals, who are affiliated to academic institutions, government institutions, international organizations, the non-governmental sector and research institutes, are currently the solid pillars on which this survey is based.

In its second edition, the ICT Kids Online Brazil survey allows, for the first time, analysis of changes that took place in Internet use patterns compared to the previous survey. It also presents data that make it possible to map out forms of ICT use and mediation strategies adopted by parents/legal guardians.

The survey revealed that the most commonly mentioned environment for accessing the Internet was the living room at home (68%), followed by the child's bedroom (57%). The latter presented an increase of 31 percentage points regarding the previous year, indicating a growth in Internet use in locations in which children have more privacy. Without a doubt, this represents a challenge for parents regarding mediation of Internet use.

With the increase in Internet use at home, paid access centers, such as LAN houses, were mentioned less frequently, presenting a reduction from 35% in 2012 to 22% in 2013.

A trend towards mobility is another feature pointed out by the survey. A little over half of the children used the mobile phone to access the Internet (53%). In 2012, this population was 21%. Internet access through tablets went from 2%, in 2012, to 16% in 2013. Desktop computers continued to be the most commonly used device by this population to access the Internet: 71%.

The number of children on social networking websites has also increased. The survey revealed that 79% of Internet users between the ages of 9 and 17 had social networking profiles – an increase of 9 percentage points in relation to 2012. Among Internet users of the same age, 77% reported Facebook as the most commonly used network. Orkut, on the other hand, which was the main social networking website for 27% of children in 2012, was mentioned by only 1% of young people in 2013. The following Internet activities stood out: conducting research for school work (87%), watching videos (68%) and downloading music or films (50%).

Regarding Internet skills, the survey found that 58% of users Internet users aged 9-17 knew how to change privacy settings on their social networking profile. Furthermore, 42% of Internet users in this age group knew how to compare information on different websites to investigate its veracity.

With respects to online risks, 38% of children between the ages of 11 and 17 added people whom they did not know personally to their list of friends or contacts on social networks. Those in the oldest age groups reported conducting more potential risk behavior than those in the youngest.

The most common mediation activity mentioned by parents and legal guardians was talking to their children about what they do online (81%). 43% percent of parents and legal guardians declared they carry out online activities together with their children. When asked about online risks, only 8% of parents and legal guardians believed their children had experienced bothersome situations on the Internet – a percentage similar to that observed in 2012 (6%).

In addition to following up on the development of indicators investigated since 2012, the survey's new edition also presents unpublished results on a subject that has caught the attention of specialists in the field: exposure to publicity content aimed at children. The results show that 61% of children between the ages of 11 and 17 declared having seen publicity on social networks, while 30% have done so on game sites. Interaction with online publicity proved to be significant. Among 11- and 17-year-old children who had social networking profiles, 57% stated having "liked", "36% "shared", 21% "disliked" and 20% "blocked" some advertisement or publicity with which they came in contact on social networking websites.

In this publication's methodological report, the reader can find the improvements implemented in 2013 regarding the sampling design and field data collection procedures. In the same year, the survey questionnaires also underwent adjustments so as to refine the data collection instrument.

The ICT Kids Online Brazil 2013 survey is structured as follows:

Part 1 (articles) – Presents texts written by expert academics and representatives of government and non-governmental organizations who address issues of great importance to the debate on Internet use by children, such as privacy; exposure to market communication; the use of mobile devices; the role of online social networks and the influence of socioeconomic class on Internet usage patterns. The articles also discuss the implications for public policies, covering themes such as content regulation on the Internet; the impact of the Internet on adolescents; and recommendations for parents, teachers and public policy makers.

Part 2 – Presents a methodological report, which includes a description of the sampling design applied in the survey (as well as the methodological improvements carried out in 2013) and an

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/legal guardians.

Part 3 (ICT Kids Online Brazil tables) – Presents tables with results and contains all the selected indicators for children and parents/legal guardians, thus allowing reading by variables.

The results of the second edition of the ICT Kids Online Brazil survey describe the fast transformations in the profile of Internet use by children. Thus, the survey data provides important input for designing and evaluating public policies aimed at promoting and protecting the rights of children.

The purpose of all the effort put into CGI.br surveys is to produce reliable and relevant data for our readers. We hope that the data and analyses in this edition serve as an important source of information and that they can be widely used by public administrators academic researchers, private sector companies and civil society organizations in their initiatives towards 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

DIALOGUE, PRIVACY SETTINGS AND SHARING: TAKE ACTION, DON'T BE A MERE SPECTATOR

Drica Guzzi¹

Millions of photos published of boys and girls, together or alone. Funny faces, pouts, looks, smiles, poses from different angles, wearing certain types of clothes, hairstyles, colorful nails, accessories, etc. The “selfie”, a self-portrait taken with a mobile phone, is part of the routine of “hip” young people (and the not-so-young) who visit social networks such as Facebook and Instagram² a countless number of times every day. Each “like” is anxiously awaited by millions, as it is a compliment through which one can feel accepted by friends, become acquainted with friends of friends, flirt, or receive a sign from a certain someone.

Thus, hand in hand with intense use of the Internet, the selfie³ stands out today as a phenomenon of mass communication. From 2012 to 2013, the use of the word “selfie” increased 17,000%, and the hashtag #selfie accompanies over 58 million photos on the Instagram network.

In a study conducted by the NGO SaferNet Brasil and GVT TV in late 2013, almost 3,000 young Brazilians between the ages of 9 and 23 were interviewed. The data revealed that 62% of those interviewed went online every day; for 80%, the main purpose of accessing the Internet was to visit social networks.⁴

¹ Master's and doctoral degree in Communication and Semiotics from the Pontifical Catholic University of São Paulo (PUC-SP). Researcher at the New Education Communication Technologies Center – School of the Future (Escola do Futuro), University of São Paulo (USP). Author of *Web e Participação: a democracia do século XXI*, published by Editora Senac, awarded third place in the 2011 Brazilian Literary Jabuti Award.

² Instagram is a free application that allows users to take photographs, apply filters to them and then share them not only on the Instagram network, but also on Twitter, Facebook and others, through Apple, Android and Windows Phone mobile phone systems. Available at: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>>. Accessed March 31, 2014.

³ “Selfie” named by Oxford Dictionaries as word of 2013”. Available at:<<http://www.bbc.com/news/uk-24992393>>. Accessed March 10, 2014.

⁴ Study conducted by the NGO SaferNet Brasil in partnership with GVT TV telecommunications operator, according to the Pública website. Available at <<http://www.apublica.org/2013/12/como-um-sonho-ruim-adolescentes-sofrem-ciberbullying-suicidio>>. Accessed March 5 2014.

However, just as friends (peers) can massively “like” a photo, some friend requests can emerge by “liking” a photo, not with the purpose of starting a new friendship or becoming closer to someone out of friendly interest, but rather aimed at manifesting intolerance of certain characteristics or personal choices, be they physical, racial, intellectual or sexual. This makes immature or emotionally fragile young people easy prey to cyberbullying⁵, one of the greatest concerns regarding risks, violence and harm to children online.

In Brazil, there were two cases of teenage suicide in 2012 that were widely broadcast in the media: Gianna and Júlia. These suicides were the consequence of harassment suffered through anonymous posts. Gianna was from the state of Rio Grande do Sul, and Júlia from Parnaíba, a city on the coast of the state of Piauí. Descriptions by friends and family members of the girls matched the photos they had posted, apparently cheerful and extroverted. Unfortunately, however, both ended up committing suicide by hanging in November 2012, only four days apart, upon seeing that their intimate photos had been maliciously shared on the Internet. Both also left farewell messages to their families on their social network pages.

The tragic story of these teenage girls brings to light the concept of revenge porn, a term that refers to publicly sharing sexually explicit media without the consent of the pictured individual. Revenge porn is typically performed by men – boyfriends or casual partners – as an act of revenge for a break-up or cheating. In Gianna’s case, her brother reported that a schoolmate spread a photo of her exposed breasts as an act of revenge when Gianna began dating another boy.

Regarding this type of risk, women traditionally feel much more shame before their friends when such videos or photos are maliciously published online. They frequently experience feelings of powerlessness, weakness, humiliation or even panic, and are unable to face their families.

It seems that some boys enjoy searching the Internet for images of people in real situations, like the case of these girls, as if it were a game. Furthermore, photographing or filming oneself during moments of intimacy and then transmitting such images via mobile phones, a fad born in the United States called “sexting” – a neologism that combines sex with texting (exchanging messages by mobile phone) – became a fad instantly, spreading like a virus.⁶

In this sense, we know that safety and privacy precautions include guidance regarding the possibilities posed by network posting, although the risks inherent in sexual morality, such as bullying, have existed since before the Internet.

⁵ Cyberbullying is the use of information technology to harm or harass other people in a deliberate, repeated and hostile manner. With the increase in use of these technologies, cyberbullying has become increasingly common, especially among teenagers. Awareness has also risen. Available at <<http://en.wikipedia.org/wiki/Cyberbullying>>. Accessed July 23 2014.

⁶ Article: “Get to Know the Risks of Sexting” (Saiba quais os riscos do *sexting*). Available at: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI66866-15228SAIBA+QUAIS+OS+RISCOS+DO+SEXTING.html>>. Accessed March 31 2014.

Cristina Ponte (2014), coordinator of Portugal's EU Kids Online team, indicates that one-fifth of the children in the European sample reported being much more bothered by attacks from peers than those of strangers. They know that the possibility of being attacked via social networks is very high, since it is a space of intense exposure. In the same manner, social pressure from friends regarding "likes" is also very high: if someone does not "like" a post, photo, or song, it is like saying they are not in fact friends, explains Cristina.

While losing a friend on Facebook makes no difference for adults, it can be very difficult for children. For them, this platform is a form of social exposure during a stage in which subjectivity is being developed, and they wish to feel more confident and not receive any criticism or comparisons that could affect their popularity in the least.

MORE BRAZILIAN THAN EUROPEAN CHILDREN ON SOCIAL NETWORKS

A comparative study between EU Kids Online, in Europe, and ICT Kids Online Brazil revealed that Brazilian children are in a greater situation of vulnerability than European children, a conclusion based on the analysis of survey data (BARBOSA *et al.*, 2013). For example, more than two-thirds of children interviewed in the Brazil study in 2012 (from 68% to 78%, with variations relating to family socioeconomic conditions) with online experience believed they knew more about the Internet than their parents or legal guardians. Furthermore, over half (53%) of those children reported that their parents or legal guardians did not use the Internet, while in Europe, only 28% to 46% of children replied that they knew more than their parents about the Internet.

The ICT Kids Online Brazil 2012 survey also shows that children who started using the Internet under the age of 10 years represent 44% of respondents, but nearly a third (33%) had begun to use the Internet at 11 or more years of age. These differences are particularly evident when analyzing social classes: among children from classes AB 18% started using the Internet at 11 years of age or older; that percentage is 32% for class C and reaches nearly half of children in classes DE (47%) – which highlights the inequality of first access to online connection among young Brazilians (CGI.br, 2013).

The ICT Households 2012 survey also indicates that in addition to Brazil being a country with great regional disparities (geographic distribution), factors such as income and level of education greatly influence Internet access. For example, only 7% of households with income up to one minimum wage had Internet access, against 91% of those with income of five minimum wages (CGI.br, 2013).

According to the ICT Kids Online 2012 survey, among Brazilian children aged 9 to 16 years who use the Internet, the household stands out as the main location of access to the Internet (60%), while in Europe, this proportion was 87%; in Brazil, 42% accessed the Internet from school, against 63% in Europe. The rate of people whose location of access was a friend's or relative's home was similar (38% and 42%, respectively). Nonetheless, while only 12% of Europeans accessed the Internet from LAN houses or cybercafés, this figure reached 35% in Brazil. In this context, these public places are particularly relevant for the low-income as well as rural population to have access to the Internet.

Another relevant piece of data for comparison between the studies is that rates for the two groups were practically equivalent when reporting that the Internet was primarily accessed to do school work (85% in Europe and 82% in Brazil). However, when it came to affective investment in the Internet, more Brazilians visited social networking profiles and pages than Europeans (68% and 62%), while more European children preferred playing online games by themselves or with other people (83% and 54%). By gender, it was observed that for both girls and boys, Brazil was ahead when it came to activities on social networks: 71% of girls in Brazil and 60% in Europe; and 68% and 58% of boys, respectively.

These data demonstrate, in a contextualized fashion, that children from countries that historically have fewer socioeconomic and cultural resources, as is the case of Brazil as compared to European countries, have a considerably higher chance of being exposed to risks online, even though they present an active and increasingly connected population. The relatively high rate of Brazilian children with Internet access via LAN houses can possibly explain the fear, declared by 7% of Brazilians, of having their profiles hacked into, compared to 2% of Europeans, and the rate of 10% of Brazilians who fear receiving offensive messages harming their reputation, against 2% of Europeans. Furthermore, it must be mentioned that 8% of Brazilians declared being afraid of receiving scary content, while only 3% of Europeans expressed this concern.

The fact that Brazil is among the three countries with the highest number of Facebook users, the largest social network at present, could also be an indication of the greater vulnerability of Brazilian children to the risks of online activities. After all, they learn from an early age how to work around the limits imposed when creating an account on Facebook and other relationship websites without having to provide accurate personal information, especially their age. This is an important risk factor for Brazilian children, considering that they begin to immerse themselves at an earlier age in the complexity of a network such as Facebook. Among the 9- and 10-year-old children who used the Internet, 43% reported having their own profile on Facebook, despite the fact that the required minimum age is 13.

However, it is worth remembering that access to social networks such as Facebook is only one of the existing risks. Any form of connection to social sites – searches, news, videos, etc. – that are an undeniable part of the daily routine of most people in the world today should be analyzed regarding circumstances that can bring risk and harm to children.

It can be inferred that safety risks and invasion of privacy affect people around the world, regardless of social class, gender and age. It should be remembered that experienced users, including programmers specializing in technological resources, surround themselves with preventive measures, as they are not immune to risks and damage to their reputations. For example, they must be constantly alert to the fact that these risks have existed since the beginning of the Web, 25 years ago, and most likely will continue to exist, whether in a more obvious or subtle manner.

USEFUL SUPPORT TOOLS AND MECHANISMS FOR PREVENTING RISKS FOR CHILDREN ONLINE

Some simple tools that do not require great experience with Internet use can be consulted and applied in order to guarantee the safety of children online. The site <<http://www.google.com.br/safetycenter>> is a good example that provides family guidance, offering simple tips, using simple language and is very useful for anyone with children around, such as teachers and parents. It teaches functions such as how to activate the safety mode for YouTube videos; how to supervise, allow or block certain sites and manage which sites each family member can access; how to filter most adult content by activating SafeSearch; and how to limit access to only approved apps and games for mobile phones or tablets using the Android system.

In addition to teaching courses and promoting campaigns for preventing Internet risks, the NGO SaferNet Brasil receives reports of pages suspected of sexual grooming of children or publicizing intimate images of children. Upon receiving tips from the SaferNet Brazil Hotline at <<http://www.denuncie.org.br>>, the entity operates formally with the Brazilian Federal Police, the Public Prosecutor's Office and the National Human Rights Secretariat in investigations, guaranteeing the anonymity of those who file a claim.⁷

This notwithstanding, studies such as ICT Kids Online Brazil have clearly demonstrated this important global issue currently faced by educators, government leaders and policy managers, researchers and a majority of citizens of civil society. The challenge of minimizing distressing and risky situations for children in a scenario in which dexterity with online technology emerges at an early age and with little or no adult guidance must always be attended to with urgency.

Evidently, from an early age, parents and teachers should instruct children about the importance of blocking unwanted e-mails, privacy settings, favorite sites, publications, etc. Furthermore, it is obvious that a 9-year-old child is not as competent as an 11-year-old in carrying out these activities without supervision. In the same way, 11-, 12- or 13-year-olds are less prepared than 16-, 17- and 18-year-olds to respond to attacks from "friends" made on Facebook who call them names such as shorty, fatso, ugly, stinky, in the case of boys, and in the case of girls, slut, easy, ugly, etc.

Nevertheless, issues of online safety and privacy are not restricted to higher or lower income populations. They affect all Internet users – adults included – who inhabit, share, and create content or designs through the several different modes of online communication, constituting what Pierre Lévy very appropriately denominated "online collective intelligence."⁸

⁷ For more information and orientation on sexual abuse, contact SaferNet Brazil's team through the following website: <<http://www.helpline.org.br> / <http://www.canaldeajuda.org.br>>.

⁸ Pierre Lévy discusses the issue of collective intelligence in the sense that everyone, each with their own individuality, possesses knowledge and intelligence. Collective intelligence refers to a form of shared intelligence that emerges from the collaboration of several individuals, each with their diversity. It is a type of intelligence distributed everywhere, in which every piece of knowledge is part of humanity, since no one person knows everything, but everybody knows something. Available at: <http://en.wikipedia.org/wiki/Collective_intelligence>. Accessed on April 14, 2014.

Child Internet use deserves close attention and strong actions that take into account the involvement and training of parents (or legal guardians), educators, program managers, and Brazilian software programmers and designers, in terms of public policies and private initiatives. They must create specific and urgent rules to optimize safe online activities that reduce risks from an ethical point of view. In other words, such measures should not restrict youngsters from enjoying the benefits of the Internet in their education.

It is not possible to know exactly what technological innovations are still to come. Nowadays, there are movie theaters with chairs that vibrate according to the movements and emotions displayed on screen, games that are played using body movement, and sites that provide sensations of taste and aroma. The very young children of today use tablets with incredible ease, no longer interacting with a keyboard or mouse.

In another article related to the ICT Kids Online Brazil 2012 survey, we discussed the idea that risks and opportunities go hand in hand (GUZZI, 2012). When analyzing children's vulnerability while online, we are aware that their perception of online risks and bothersome situations can be very different from that of adults. What an adult believes to be a problematic situation does not necessarily correspond to the reality of a child's online experience. In this sense, more often than not, meaningless or arbitrary prohibitions eventually interfere with children's ability to develop self-regulation, making them feel insecure and even more vulnerable with respect to their capacity to identify support actions, as well as less critical in case of bothersome, intimidating or risky occurrences.

The technological data available to us today must be seen as an ally, and this includes early interaction with online tools and the discernment of what does and does not contribute to children's education, with the entire range of opportunities that technology is able to provide in terms of human development and citizenship.

In order for the Internet to be considered less "dangerous," perhaps it is important to invest in forms of prevention through specific distance learning courses, development of safe software and applications, and global campaigns, among others. Furthermore, it is important to establish constant dialogue with children and their friends. Parents, teachers and educators should exchange experiences so that children can find a model, forms of recognition, and co-participating collaborators in their journey of growing up in the digital age.

REFERENCES

- BARBOSA, A. et al. *Risks and safety on the internet. Comparing Brazilian and European results*. Londres: LSE, 2013. Available at: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Brazil-report-21nov-final.pdf>>. Accessed on: Oct 6, 2014.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Dimensões e características da web brasileira: um estudo do gov.br*. São Paulo: CGI.br, 2010. Available at: <<http://www.cgi.br/publicacoes/pesquisas/govbr/cgibr-nicbr-censoweb-govbr-2010.pdf>>. Accessed on: Mar 1, 2014
- . TIC Domicílios e Empresas 2011. São Paulo: CGI.br, 2012a. Available at: <<http://op.ceptro.br/cgi-bin/cetic/tic-domicilios-e-empresas-2011.pdf>>. Accessed on: Mar 1, 2014.
- . TIC Kids Brasil Online 2012. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil. São Paulo: CGI.br, 2012b. Available at: <<http://www.cetic.br/publicacoes/2012/tic-kids-online-2012.pdf>>. Accessed on: Mar 1, 2014.
- COSTA, R. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. *Interface – Comunicação, Saúde, Educação*, v. 9, n. 17, p. 235-48, mar./ago. 2005.
- GIARDELLI, G. *Você é o que você compartilha*. São Paulo: Gente, 2012.
- GORDON, D. *Formigas em ação. Como se organiza uma sociedade de insetos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- GUZZI, D. *Web e Participação: a democracia no século XXI*. São Paulo: Senac, 2010.
- . *Para desvendar as novas formas de fazer política. Outras Palavras*. 2012a. Available at: <<http://www.outraspalavras.net/2012/10/04/para-desvendar-as-novas-formas-de-politica/>>. Accessed on: Mar 1, 2014
- . Desafio das políticas públicas: riscos e oportunidades andam de mãos dadas. In: TIC Kids Online Brasil 2012. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil*. São Paulo: Cetic.br, 2012b. p. 37-45.
- ITO, M. et al. *Vivendo e aprendendo com os novos meios de comunicação: resumo das descobertas do Projeto Juventude Digital*. Illinois (EUA): The MacArthur Foundation, 2008.
- LATOUR, B. *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Nova Iorque: Oxford University Press, 2005.
- . *Jamais fomos modernos*. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 2008.
- LIVINGSTONE, S.; ÓLAFSSON, K.; STAKSRUD, E. *Social networking, age and privacy*. Londres, 2011. Available at: <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20Online%20reports.aspx>>. Accessed on: Mar 1, 2014
- PASSARELLI, B. *Interfaces digitais na educação*. São Paulo: Escola do Futuro da USP, 2007.
- PASSARELLI, B.; AZEVEDO, José (Orgs.). *Atores em rede: olhares lusobrasileiros*. São Paulo: Editora Senac, 2010.
- PASSARELLI, B. et al. *Ponline 2009*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Núcleo de Pesquisa das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas à Educação – Escola do Futuro, Observatório da Cultura Digital, 2009.
- PONTE, C. Kids Online na Europa e no Brasil. Desafios para a pesquisa comparada sobre as práticas de crianças e adolescentes na Internet. *Revista comunicação, mídia e consumo*, São Paulo: ESPM, 2012. Available at: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/310/pdf>>. Accessed on: Apr 12, 2014.

———. *Crianças e os perigos da Net: para além da violência, o medo de perder os amigos*. Available at: <<http://www.iol.pt/push/iol-push---tecnologia/internet-segura-criancas-perigos-internet-riscos-internet-redes-sociais-facebook/1416753-6186.html>>. Accessed on: Apr 12, 2014

PUBLICA. *Como um sonho ruim*. Available at: <<http://www.apublica.org/2013/12/6191/>>. Accessed on: Mar 10, 2014.

SHIRKY, C. *Lá vem todo mundo. O poder de organizar sem organizações*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

COMPLEMENTARITY AMONG CHILDREN'S TV CHANNELS, WEBSITES AND PROFILES ON SOCIAL NETWORKS: A NEW MARKETING COMMUNICATION STRATEGY AIMED AT CHILDREN

Isabella Henriques¹ and Renato Godoy de Toledo²

The expansion of Internet access in Brazil has occurred hand-in-hand with the increased number of households with paid TV. The massive acquisition of Internet, telephone and paid TV bundles has made the adoption of digital convergence strategies an even more pressing matter for media companies.

In part, this scenario is one reflection of the rise of millions of Brazilians into the so-called "class C" – or, to use a more controversial definition, the "new middle class." Undoubtedly, this almost universal access to durable consumer goods is an advancement for Brazilian society. However, when social ascension is driven primarily by consumption, it becomes even more important to pay attention to how children are exposed to consumerist stimuli.

Data from the Brazilian Agency of Telecommunications (Anatel) indicated a growth in paid TV subscriptions between 2006 and 2012, reaching 16.9 million households.³ What used to be a form of entertainment exclusive to social classes with higher family income has become disseminated throughout the Brazilian social pyramid.

Many of these bundles include children's channels such as Cartoon Network, Nickelodeon, Disney Channel and Discovery Kids, to name those with the highest viewership. The more economical paid TV packages already come with these channels. The television companies are betting on a complementarity strategy between television media and information and communication technologies (ICT). With marketing communication⁴ aimed at children, it is just the same: it is overwhelmingly present in both environments, shamelessly summoning children to consume products and various services, with no concern about the fact that children

¹ Lawyer, Master's degree in Law and Social Relations – Diffuse and Collective Rights – from PUC/USP. Director of the Alana Institute, where she is also the general coordinator of the Children and Consumerism Project.

² Sociologist, journalist and a researcher for the Alana Institute.

³ Source: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=30031>

⁴ For our purposes, the term 'marketing communication' is being used to mean any and all commercial communication activities that publicize products and services, regardless of the type of media used. Besides printed advertisements, television commercials, radio spots and Internet banners, we can also mention packaging, sales promotion, merchandising, product placement at point of sales, etc.

old and younger do not possess enough resources to respond to such stimuli in an eminently critical fashion.

Children's TV shows, particularly those on channels specifically aimed at children, constantly invite users to access their websites. According to a study called *The Internet and child consumption: What is the true influence of the Internet on the "post-Google" generation's power of choice?* by Millward Brown in 2010, the main enticing factor is online games. "As soon as the Ben 10 cartoon is over, I rush to the Internet to play games," reported a child who was interviewed in the study (SOUZA; AGNELLI, 2010).

Many of these characters are also licensed and printed on product packaging, or sold as dolls or action figures – which in turn are advertised on those channels' commercial breaks – part of a complex marketing strategy aimed at the child audience that can be seen from media platforms to store shelves.

Another example of complementary media is the dissemination of cartoon and paid TV children's channel fan pages on social networks, specifically on Facebook, currently the largest social network in the world with 76 million users in Brazil.⁵

The number of Facebook users in the younger strata of the population continues to grow in Brazil. A study conducted by comScore and published in January 2014 indicated that the number of children with Facebook profiles increased 118% in 2012 and 2013, from 4.3 million to 9.4 million. According to this study, users spend more than 18 hours per month connected to the social network.

According to the ICT Kids Online Brazil 2012 study the item "visited a social networking profile/page, such as Orkut and Facebook" (CGI.br, 2013) was the second most relevant among Internet users from 9 to 16 years old (68%) regarding children's activity online. This option was exceeded only by "used the Internet for schoolwork" (82%).

The study also indicated that, among young Internet users, 70% had a social networking profile. If we analyze childhood separately, as defined by Brazilian legislation,⁶ that is, individuals up to 12 years of age, the study indicated that 42% of children from 9 to 10 years old had their own social networking profile. Among the 11- and 12-year-olds, this figure increased to 71%.

Regarding frequency of Internet use, the item "visited a social networking profile/page, such as Orkut or Facebook" came in first place, followed by "used instant messaging with friends or contacts, such as MSN."

Among those interviewed, 53% reported doing so "every day or almost every day"; 35% "once or twice a week"; and 12% "once or twice a month."

⁵ Available at: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/08/1326267-brasil-chega-a-76-milhoes-de-usuarios-no-facebook-mais-da-metade-acessa-do-celular.shtml>>. Accessed on: Jul. 2014.

⁶ According to the Brazilian Federal Constitution, the Consumer Defense Code and Child and Adolescent Statute, a child is an individual up to 12 years old.

In theory, Facebook requires users to be at least 13 years old. However, nothing prevents a 12-year-old user from entering a different age and creating an account.

Data from the ICT Kids Online 2012 study suggested that this practice is very common: only 27% of participants from 9 to 16 years old said they provided their real age on social networks. The majority (57%) stated that they chose to report an age that is not the real one.

On Facebook, there are fan pages for children's programs and channels whose language is clearly aimed at children. The Brazilian soap opera *Carrossel*, for example, has more than 1.2 million "likes."

The children's channel Cartoon Network has the largest child viewership on paid television. Through its multidigital platform, On Air, On Line and Mobile, the company claimed that its website had 20 million visitors in February 2013. On Facebook, Cartoon Network has 1.2 million followers.

In accordance with this convergence approach for TV, Internet and mobile phones, the Cartoon Network website has a wide variety of games with characters from their programs, as well as updated programming and a variety of advertisements for toys and smartphone apps.

The Nickelodeon channel, with 21 million followers on Facebook and a broader target audience that also includes children up to 16 years old, is also making a clear investment in complementary media. The channel's website provides icons with links to its Facebook, Twitter and Google + profiles.

CONSUMERISM

One of the consequences of children being overexposed to media is the incentive towards consumerism. Data from ICT Kids Online 2012 indicated that children reported knowing more about the Internet than their parents or legal guardians. Children already have a lot of influence on their parents' purchases, participating in 80% of purchasing decisions, according to the Interscience Institution (2003).

Due to child protagonism regarding the Internet, their power of persuasion is also high. According to a study requested by Viacom Media Networks, a telecommunications multinational and owner of the Nickelodeon channel, children have a strong influence on decisions regarding the purchase of ICT products.⁷ Conducted in 11 countries, the study demonstrated that children influence 44% of mobile phone purchases, followed by 39%, 38%, and 28% of TV, computer, and Internet provider purchases, respectively.

The mothers interviewed in this study reported that the Internet was the third most important media to influence their children's requests for presents (11%). Television was still the most influential (42%), followed by street/mall stores (33%).

⁷ Available at: <<http://www.revistapontocom.org.br/edicoes-antiores-de-materias/quem-manda-la-em-casa-as-crianças>>. Accessed on: Jul. 2014.

IMPACTS

This process of digital convergence can be analyzed according to the concept of transmedia storytelling presented by MIT researcher Henry Jenkins, which “unfolds across multiple media platforms, with each new text making a distinctive and valuable contribution to the whole. In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best – so that the story might be introduced in a film, expanded through television, novels and comics” (JENKINS, 2008).

Within this theoretical framework, it can be inferred that the goal of networked action across the different platforms available to broadcasters is to captivate a loyal child audience. These children have daily contact with their brands – through any one of their medias – and, most frequently, parents, legal guardians or society perform no mediation.

Thus, today, advertisers and television networks see the Internet as an instrument with great potential for directing their advertising to children. In this regard, it is used by communication groups as one of the tools for disseminating the messages of a vertically managed and rationally centralized corporation, whose actions are related to marketing activities. To achieve their purpose, planning still revolves around the idea of television as the central axis of dissemination, even if actions are structured within a network.

Therefore, even on the Internet, perhaps the medium where a networked polyphony is most evident, children, indeed, continue to be influenced by a powerful broadcaster: television.

Television continues to stand out as the media platform of choice of communication companies for optimizing their audience and credibility along with the advertising market.

There is no intention of denying, herein, children’s condition as independent content producers, nor stating that an individual 12 years of age or younger is a mere receiver – such as is believed by the hypodermic needle theory, which states that communication is unidirectional and media messages are completely assimilated by individuals, with no resistance.

Research has found that 68% to 78% of children, with variations across the socioeconomic spectrum, believe they know more about the Internet than their parents (BARBOSA *et al.*, 2013). The skills of these children regarding Internet use must not be confused with total discernment and the ability to act rationally in response to consumption stimuli. Their vulnerability to advertising remains present on the Internet; it is a circumstance peculiar and inherent to childhood. Regardless of how well children deal with technology and use technological devices with more ease than adults, they are not necessarily apt to understand the content transmitted by media and, more specifically, advertising and its persuasive nature.

In the virtual sphere, as in others, there is an absence of specific regulations for marketing communication targeted at children. However, based on a systematic reading of the Brazilian Federal Constitution (Article 227), the Consumer Defense Code (Article 37) and the Child and Adolescent Statute, advertising to children can be interpreted as abuse and, therefore, illegal, for it preys on the vulnerability of an audience that is going through a specific stage of development.

Through complementary strategies using Facebook and constant dialogue across several platforms, the market has an additional medium for offering its products to children. Advertisers see the child audience as the central point of a strategy for constructing meanings and creating desire that surpasses the act of purchase.

Psychology professor Yves de La Taille, from the University of São Paulo, USP, Brazil, argues that advertising to children is a symbolic form of violence, for it creates a desire that the child did not possess until that moment. Considering that Brazil is still one of the most socially unequal countries in the world, the introjection of the ambition to obtain objects that have been socially attributed as desirable, proper and, often, fundamental leads to more frustration and even violent forms of acquiring coveted objects (LA TAILLE, 2008).

La Taille cautions that, even though children are considered vulnerable, we must not think of them as passive beings, but as individuals endowed with desires and interests that propel them to desire certain objects.⁸

Furthermore, in an effort to understand the dynamics of a consumer society, French philosopher Gilles Lipovetsky states in his book, *Le Bonheur paradoxal (Paradoxical Happiness)*, that hyperconsumption – a concept used by the author to define contemporary society – is based on material desires that are impossible to attain. This generates distress, which in turn creates new desire to shop.

Thus, children exposed to marketing communication are more susceptible to adhering to this process, which simultaneously and incessantly combines frustration and desire. Therefore, children are also susceptible to becoming continuously unsatisfied beings of desire from early on. Furthermore, they suffer some of the consequences of this advertising harassment, such as the adoption of materialistic, consumerist and egotistical values, early eroticism, and even child obesity (LINN, 2006).

CONCLUSIONS

Complementarity among children's channels and social networks and the advertising market's free access to children, on any platform to which they are connected, contribute to expanding desire for products, services and feelings broadcast by the media.

The market has conquered another axis for pushing consumption onto individuals who are going through a specific stage of development. In this dialogue, broadcasters can use several media platforms to generate new consumption desires in individuals whose judgment has not yet reached full capacity.

Thus, what is observed in practical terms is a media market that uses commercial appeals with no commitment to children's rights, in an appalling affront to ensuring care for children as the nation's absolute priority, which is a constitutional guarantee.

⁸ This opinion was presented by a psychologist through the Brazilian Federal Council of Psychology, in defense of Bill 5921/2001 regarding advertising to children. Available at: <http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/10/cartilha_publicidade_infantil.pdf>. Accessed: 23 Jul. 2014.

The complementarity discussed in this paper among children's TV channels, their websites and profiles on social networks is, without a doubt, one more means of reaching the child audience. Marketing actions are masked, as if they were merely entertaining or educational, leaving children completely vulnerable and in no condition to defend themselves against such appeals – especially because their parents and legal guardians have demonstrated little skill in handling these technologies.

REFERENCES

BARBOSA, A. *et al. Risks and safety on the internet: Comparing Brazilian and European results*. Londres: LSE, 2013. Available at: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Brazil-report-21nov-final.pdf>>. Accessed on: Dec. 2013.

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

———. *Estatuto da Criança e do Adolescente*. Lei Federal nº 8069, de 13 de julho de 1990. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1990a.

———. *Código de Defesa do Consumidor*. Lei 8.078 de 11/09/90. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1990b.

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

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

LA TAILLE, Yves de. *Contribuição da psicologia para o fim da publicidade dirigida à criança*. Brasília, DF, 2008. Available at: <http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/10/cartilha_publicidade_infantil.pdf>. Accessed on: July, 2014.

LINN, Susan. *Crianças do Consumo: a infância roubada*. São Paulo: Editora Instituto Alana, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.

POCHMANN, Márcio. *Nova classe média?* São Paulo: Boitempo, 2012.

SOUZA, A.; AGNELLI, G. Qual a real influência da Internet no poder de escolha da geração “pós-Google”? *Trabalho apresentado no 4º Congresso Brasileiro de Pesquisa – Mercado, Opinião e Mídia, 2010*.

SOCIAL STRATIFICATION AS AN EXPLANATORY VARIABLE IN STUDIES OF CHILDREN'S INTERNET USE

Kjartan Ólafsson¹

INTRODUCTION

Social stratification has always been a central idea in the social sciences. The concept of class was a central issue in the theories of Karl Marx (1972), Max Weber (1978) and Emile Durkheim (1933), and in social science research the question of a person's class or social status is widely assumed to be of importance. This assumption is so general that social stratification, along with variables like age and gender, is often used in statistical modeling and data analysis without specific reference to theory or previous research. In the case of children's Internet use and online experiences, the relevance of looking at class or social status can be easily demonstrated. Perhaps the most obvious factor is how lack of financial, educational or cultural resources can prevent access to media. But it is also possible to hypothesize that social stratification can shape children's use of media and their online experiences.

The aim of this article is to look first at how social stratification has been approached and measured in 2010 by the EU Kids Online survey, the (to this point) largest European survey of children's use of online media and their online experiences. A second aim is to look at how social stratification has been used (and not used) in analysis of this data. And last, to ask what might be good approaches to measuring social stratification in studies of children's use of online media and their online experiences.

¹ Kjartan Ólafsson is a lecturer at the University of Akureyri where he teaches research methods and quantitative data analysis. He is also a visiting researcher at the Masaryk University in Brno. He has extensive experience in survey research and has played a key role in the design and implementation of a number of cross national research projects on children's media use. Amongst these is the 2010 EU Kids Online study which has been a landmark project in the field of media studies in Europe.

SOCIAL STRATIFICATION AND DIGITAL DIVIDE

Studies have shown that social stratification is an important factor in understanding children's use of online media. Livingstone and Helsper (2007) showed in their study of UK children aged 9 to 19 in 2004 that socioeconomic status (SES) was of importance in terms of access. However, their analysis also showed that if differences in terms of access were accounted for, then the effect of SES in terms of time spent online disappeared. An effect of this kind was also found in a UK survey in 1997 looking at young people's computer use, where SES was important in terms of access; but looking only at those with home access, the differences related to SES were small (LIVINGSTONE, 2002). As the Internet has evolved, so has the discourse moved from access-oriented thinking to a focus on users (BARZILAI-NAHON, 2006). Indeed, even in a society where nearly everyone has access to the Internet, social stratification can still be of importance. As an example, Helsper and Eynon (2013) found that in a sample of British individuals aged 14 and older, factors like SES and social capital were related to certain types of digital skills.

In a review of available research on children's Internet use and online experiences in Europe, Hasebrink *et al.* (2009) found evidence of inequalities in use and opportunities as a consequence of inequalities in SES, as well as differences in terms of exposure to risk. The available evidence for inequalities in skills and literacy as a consequence of inequalities in SES seemed at that time to be inconclusive. There was also limited evidence of differences in parental mediation in terms of SES. In other words, further research was needed.

MEASURING SOCIAL STRATIFICATION

If it is accepted that there is a clear theoretical rationale for including social stratification as a variable in studies of children's use of online media and their online experiences, then obviously it is important to have a good way of measuring these phenomena. However, a precondition of selecting a good measurement is a clear hypothesis as to exactly how social stratification matters.

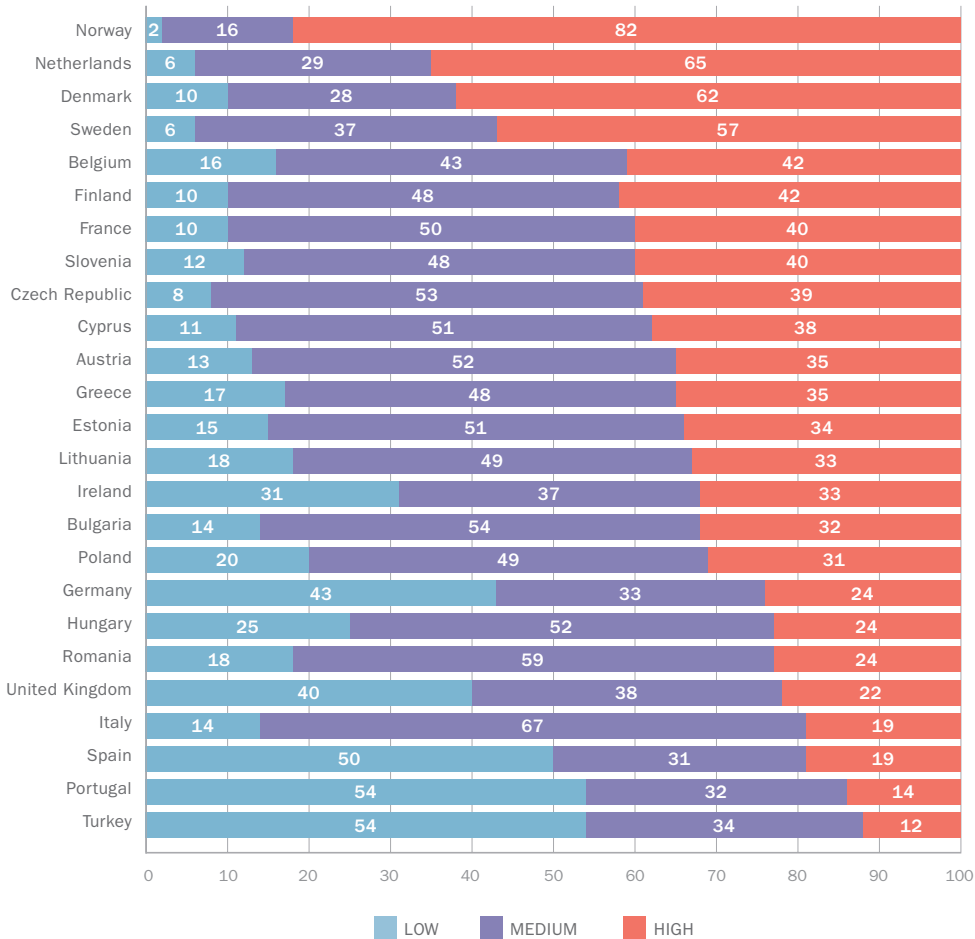
In surveys, social stratification is often measured using a combination of education and occupation, which is thought to indicate lack of material and/or social resources. This is not necessarily a problematic approach and might work well in some circumstances. The EU Kids Online 2010 survey used exactly this approach (LIVINGSTONE *et al.*, 2011a), partly because fieldwork agencies collecting the data were comfortable with that framework.

Ideally, however, before deciding on an approach to measuring social stratification in the context of children's Internet use and online experiences, a theoretical framework for how the link between the two actually works is needed. In her analysis of social disadvantage and the information society, Ellen Helsper (2008) identifies five types of offline resources, social, personal, economic, cultural and political, which can be linked to digital resources and digital outcomes. Separating different types of offline resources in this way would seem to be a better approach than simply adopting a general approach to identifying socioeconomic status.

THE EU KIDS ONLINE 2010 SURVEY

The survey in question was conducted in 2010 using a stratified random sample of approximately 1,000 Internet-using children aged 9 to 16, and one of their parents, in each of 25 European countries (see LIVINGSTONE *et al.*, 2011a, for the details of sampling in each country). To minimize biases and maximize equivalence (VAN DE VIJVER and LEUNG, 2011), several a priori procedures were used (Görzig, 2012). The questionnaire, translated and back-translated from English into 24 languages, underwent cognitive testing and then pilot testing to enhance comprehensibility. Several items and scales were supported by country-specific examples and culture-specific concepts. Data collection was adapted to best national practices and was conducted by a single agency employing specially trained interviewers in all 25 countries. Interviews took place during spring and summer 2010 in children's homes. They were conducted face-to-face, supplemented with private questionnaire completion for sensitive questions, including those on excessive Internet use (EIU). Further methodological details are provided in Livingstone *et al.* (2011a), Görzig (2012), and on www.eukidsonline.net.

The EU Kids Online 2010 survey measured social stratification by socioeconomic status of the household. Information relating to the chief income earner's level of education and occupation was collected during the screening process. This information was then used to put respondents into one of three levels of SES: low, middle and high (LIVINGSTONE *et al.*, 2011a, p. 42). This is a common approach in surveys, but at least two points are worth noting. First, the SES variable is correlated with countries (see Chart 1). This is not necessarily a problem, and if "Europe" were seen as a single country, then within that country there would be regional differences in SES. Looking at the 25 countries included in the EU Kids Online 2010 survey, there is indeed considerable variation in SES, suggesting that when measured in this way SES is not related to differences among the sociodemographic makeup of the countries.

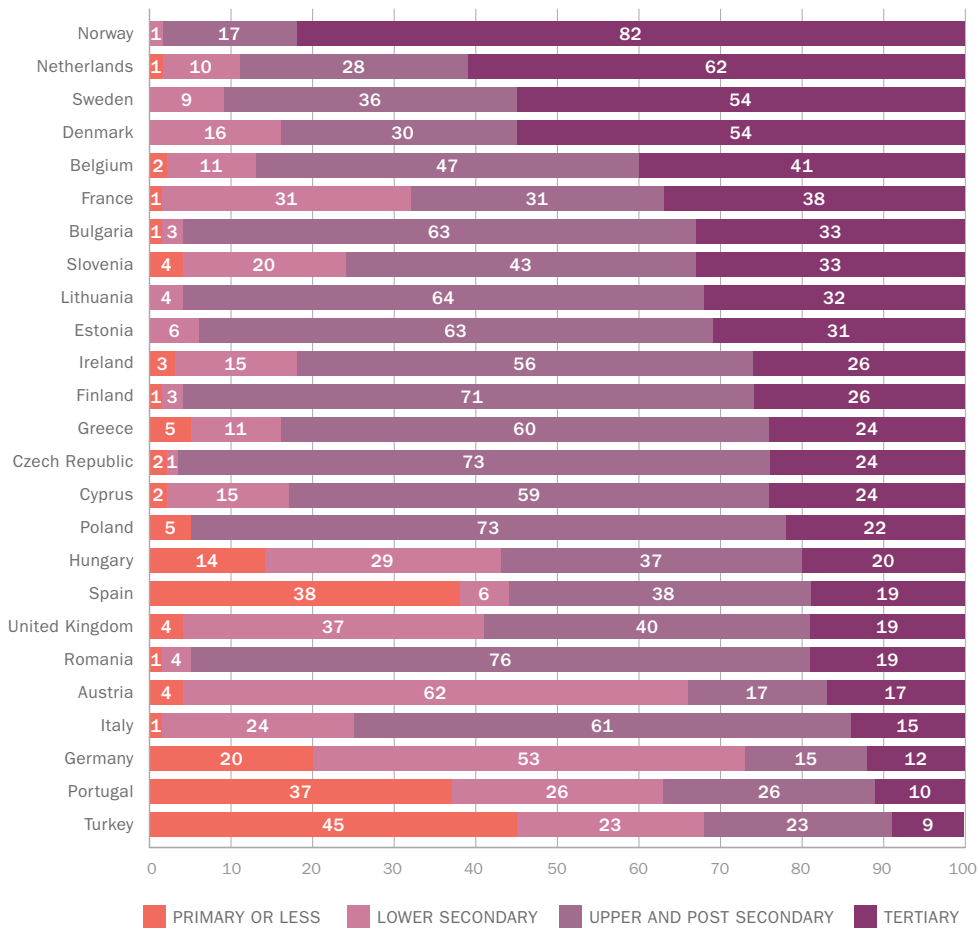
CHART 1
SES BY COUNTRY

Source: EU Kids Online 2010.

One consequence of this correlation between country and SES is that in any analysis using either countries or SES as a background variable, there is a possibility that SES is picking up differences that are not, in fact, a function of social stratification but of other factors operating on the country level. Similarly, there is a possibility that differences that are a function of differences in SES are incorrectly attributed to unidentified country-level differences. A simple solution to this problem, of course, is to just run a multivariate analysis that includes both SES and country as predictors (even allowing for interaction between SES and country) or to use multilevel models. In reality, however, this can be cumbersome, especially in traditional multivariate analysis. In an ordinary linear regression model (using the EU Kids Online 2010 survey data) there would be two dummy variables for the main effect of SES and 24 dummy variables for the country differences, and testing interactions between country and SES would require a further 48 dummy variables.

The second issue worth noting in relation to the SES measure in the EU Kids Online 2010 survey is that it is based on the assumption that both occupation and education can be measured in a comparable way across the participating countries. Chart 2 shows the highest household education (i.e., the highest level of education obtained by any member of the household) for the EU Kids Online 2010 survey.

CHART 2
HIGHEST HOUSEHOLD EDUCATION BY COUNTRY



Source: EU Kids Online 2010.

As is perhaps to be expected, there are considerable differences in levels of education among countries. Based on the assumption that parents of children aged 9 to 16 are likely to be younger than the average adult population of a country, it would seem likely that the education levels obtained from this group would be consistently higher than in the adult population as a whole. However, as demonstrated by Livingstone *et al.*, (2011a, p. 44), in comparison with Eurostat data, the estimates for education levels in each country obtained in the EU Kids Online 2010 survey are in some cases lower and in other cases higher.

It should be noted that careful consideration was given to the task of matching the questions used to measure education in each country to the general categories presented in Chart 2, including consultation with relevant academics from the EU Kids Online network. However, there are national variations in how educational systems are organized that complicate this task; as several education systems have, for example, courses or levels that fall between levels. Hoffmeyer-Zlotnik and Warner (2007) have demonstrated the complexity of mapping different European education systems onto a single dimension of education level, and indeed suggested that education should be thought of as having two dimensions, general education and vocational education.

THE USE (AND NON-USE) OF SES IN THE EU KIDS ONLINE SURVEY

In their review of the European evidence database, Hasebrink *et al.* (2009) identified socioeconomic status as one of the key background variables of interest in understanding children's use of online media and their online experiences. In line with this, SES was also included in the initial analysis of the EU Kids Online 2010 data (LIVINGSTONE *et al.*, 2011b). However, in subsequent analyses of the survey data, if social stratification has been included then authors seem to prefer parent education rather than SES (HELSPER, 2012; MASCHERONI *et al.*, 2012; SONCK *et al.*, 2012; HASEBRINK, 2012; ROVOLIS AND TSALIKI, 2012; PAUS-HASEBRINK *et al.*, 2012).

First, it is interesting to note that none of these authors state explicitly why they chose to include household education in their modeling of the data. In that respect, it can be debated whether it is being included specifically to test the effect of social stratification or if it is seen as a general background variable similar to age or gender. Second, the rationale for choosing parent education rather than SES is not discussed, although stating that SES would have been an alternative to parent education assumes a theoretical link with social stratification. The reasons for choosing parent education rather than SES are not difficult to imagine, though. As has been previously observed, the nature of SES as a composite measurement of education and occupation can be confusing when it comes to interpretation. There are also practical inconveniences in using a variable like SES, which is measured on a three-point scale in terms of modeling the data.

CONCLUSIONS AND DISCUSSION

This article has examined how the concept of social stratification has been approached in the EU Kids Online 2010 survey, the (to this point) largest European survey of children's use of online media and their online experiences. The overall conclusion has to be that SES as a composite measure of education and occupation is perhaps not the best option as a measure of social stratification. There are both theoretical and practical problems in using SES for this purpose. The theoretical argument against SES is that it is a composite measurement of education and occupation. To investigate the effect of social stratification on children's use of online media and their online experiences, it would seem more appropriate to specifically measure the different types of capital (financial, social, cultural) which in theory are the underlying factors. But even if SES were demonstrated to be the most appropriate way of approaching measurement of social stratification, there are still concrete practical problems in measuring SES. First, unless parents are involved in the survey, measuring SES relies on children first assessing who the main income earner in the household is and then being able to give accurate information on that person's level of education and occupation. Second, even if information is available from parents, there are national variations (especially in terms of education) that make it complicated to match occupation and education in a simple way to a detailed level of SES. For example, in the EU Kids Online 2010 survey, SES was measured only on a three-point scale.

It is interesting to note that even though social stratification has been demonstrated to be of substantial interest for children's use of online media and for their online experiences, SES is not a prominent variable in analysis of the data of EU Kids Online 2010. In this respect, the concept of social stratification as an important issue in understanding children's Internet use and online experiences has moved from being a key theme (HASEBRINK *et al.*, 2009) to being a kind of standard background variable (HELSPER, 2012; MASCHERONI *et al.*, 2012; SONCK *et al.*, 2012; HASEBRINK, 2012; ROVOLIS AND TSALIKI, 2012; PAUS-HASEBRINK *et al.*, 2012). One possible reason for this is that the approach to measuring social stratification (i.e., as SES) is neither very well theoretically grounded nor easy to handle in statistical modeling. An alternative would be to focus more concretely on measuring the different types of offline resources that might influence use of online media and online experiences. One possible framework is that used by Helsper (2008), suggesting five types of offline resources, social, personal, economic, cultural and political.

Acknowledgements

This article draws on the work of the EU Kids Online network, funded by the EC (DG Information Society) Safer Internet plus Programme (project code SIP-KEP-321803)². The author would like to thank the members of the network for their collaboration in developing ideas, design, and questionnaire underpinning this article. The author also acknowledges the support of the VITOVIN project (CZ.1.07/2.3.00/20.0184), which is co-financed by the European Social Fund and the state budget of the Czech Republic.

² See www.eukidsonline.net

REFERENCES

BARZILAI-NAHON, K. Gaps and Bits: Conceptualizing Measurements for Digital Divide/s. *The Information Society*, v.22, p.269-278, 2006.

DURKHEIM, E. *The Division of Labor in Society*. Illinois: Free Press, 1933.

GÖRZIG, A. Methodological framework: The EU Kids Online project. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 15-32

HASEBRINK, U. Young Europeans' online environments: a typology of user practices. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 127-140

HASEBRINK, U. *et al.* *Comparing children's online opportunities and risks across Europe: Cross-national comparisons for EU Kids Online*. LSE, London: EU Kids Online, 2009.

HELSPER, E. *Digital inclusion: an analysis of social disadvantage and the information society*. London, UK: Department for Communities and Local Government, 2008.

———. Which children are fully online? In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 45-58

HELSPER, E.J.; EYNON, R. Distinct skill pathways to digital engagement. *European Journal of Communication*, v.28, n.6, p.696-713, 2013.

HOFFMEYER-ZLOTNIK, J.H.P; WARNER, U. How to Survey Education for Cross-National Comparisons: The Hoffmeyer-Zlotnik/Warner-Matrix of Education. *Metodološki zvezki*, v. 4, n. 2, p. 117-148, 2007.

LIVINGSTONE S, H. L.; GÖRZIG A.; ÓLAFSSON, K. *Risks and safety on the Internet: The perspective of European children. Full findings*. LSE, London: EU Kids Online, 2011.

LIVINGSTONE, S. *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. London: SAGE, 2002.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. J. Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, v.9, n.4, p.671-696, 2007.

LIVINGSTONE, S. *et al.* *Technical Report and User Guide: The 2010 EU Kids Online Survey*. LSE, London: EU Kids Online, 2011.

MARX, K. Economic and Philosophic Manuscripts of 1844. In: TUCKER, R. C. (Ed.). *The Marx – Engels Reader*. New York: W.W. Norton, 1972. p. 53-103.

MASCHERONI, G.; MURRU, M. F.; GÖRZIG, A. Varieties of access and use. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 59-72

PAUS-HASEBRINK, I. *et al.* Understanding digital inequality: the interplay between parental socialisation and children's development. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 257-272

ROVOLIS, A.; TSALIKI, L. Pornography. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 165-176

SONCK, N.; KUIPER, E.; HAAN, J. Digital skills in the context of media literacy. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 87-98

VAN DE VIJVER, F.J.R., LEUNG, K. Equivalence and bias: A review of concepts, models, and data analytic procedures. In: MATSUMOTO, D.; VAN DE VIJVER, F. J. R. (Eds.). *Cross-cultural research methods in psychology*. New York: Cambridge University Press, 2011, p.17-45.

WEBER, M. *Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology*. Roth, G. & Wittich, C. (eds.). Berkeley: University of California Press, 1978.

EVIDENCE-BASED RECOMMENDATIONS FOR PARENTS, TEACHERS AND POLICY MAKERS: A VIEW FROM EUROPE

Sonia Livingstone¹

INTRODUCTION

EU Kids Online is a thematic network of research teams in 33 countries, including all member states of the European Union, which I coordinate at the Department of Media and Communications at the London School of Economics and Political Science. The network has been funded since 2006 by the European Commission's Safer Internet Programme, now called the Better Internet for Children Programme, in order to coordinate and stimulate investigation into the way children use new media, with a particular focus on evidence regarding the conditions that shape online risk and safety (see www.eukidsonline.net).

Much of the EU Kids Online work has focused on scoping the nature and consequences of the online risks of harm encountered by children aged 9 to 16 years old in Europe. This has been achieved by compiling a substantial European Evidence Database; identifying innovative research methodologies for working with children in a digital environment; conducting a major comparative in-home face-to-face survey with children and parents across 25 countries to chart their online activities, risks and safety practices; and, most recently, interviewing children individually and in small groups to gain a deeper grasp of their perceptions of the online environment (LIVINGSTONE *et al.*, 2011a).²

¹ Sonia Livingstone is a full professor in the Department of Media and Communications at the London School of Economics and Political Science and coordinates the EU Kids Online network (See www.eukidsonline.net). She is author or editor of eighteen books, including *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities* (Polity 2009), *Harm and Offence in Media Content: A review of the empirical literature* (with Andrea Millwood Hargrave, Intellect 2009), *Media Regulation: Governance and the interests of citizens and consumers* (with Peter Lunt, Sage 2012); *Children, Risk and Safety Online: Research and policy challenges in comparative perspective* (edited with Leslie Haddon and Anke Görzig, Policy 2012) and *Digital Technologies in the Lives of Young People* (edited with Chris Davies and John Coleman, Routledge 2014).

² Further analysis and contextualisation of these findings is thoroughly developed in our book: Livingstone, S., Haddon, L. and Görzig, A. (eds), *Children, risk and safety online: Research and policy challenges in comparative perspective*, Bristol: Policy Press, 2012. The policy recommendations are further set out in O'Neill B., Staksrud, E., and McLaughlin, S. (Eds.), *Children and Internet Safety in Europe: Policy debates and challenges*. Goteborg: Nordicom, 2013.

The network has worked consistently in dialogue with multiple stakeholders, nationally and internationally, in order to inform the actions and initiatives of those in public, private and third-sector organizations, with the aim of maximizing children's online opportunities and minimizing their risk of harm in relation to the Internet. In this short article, we summarize how our key empirical findings underpin and guide particular and often pressing policy recommendations. The focus here is on the European experience, but we anticipate that much of what is said here will have a wider resonance (LIVINGSTONE; BULGER, 2013).

RESPONSES TO YOUNG PEOPLE'S EXPOSURE TO ONLINE RISKS SHOULD BE PROPORTIONATE AND FOCUS ON THOSE MOST LIKELY TO BE HARMED BY SUCH EXPOSURE

Children are concerned about a wide range of online risks. Efforts to manage these risks, and to support children in coping with them, should maintain a broad and updated view of these risks. Since 9% of 9- to 10-year-olds and one in seven of all 9- to 16-year-olds have been bothered or upset by something on the Internet in the past year, it is important to promote awareness-raising and other safety practices for ever younger children. Awareness-raising among teenagers and their parents and teachers remains a priority, because upsetting experiences change with age; hateful comments and problematic user-generated content (such as pro-anorexia sites) are particularly of concern for teenagers, for instance. Further, safety messages must be updated so as to adapt to new modes of access: 33% of children now go online via mobile phones or handheld devices. Laptops, mobile phones, game consoles and other mobile devices allow children to go online anywhere, anytime, away from parental supervision. Emerging services (such as location-based ones) may lead to new risks (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014).

Although public concern over online sexual content is justified, the extent of children's exposure should not be exaggerated, and nor should it be assumed that all children are upset or harmed by such exposure. For example, although the Internet makes sexual content more readily available to all, with many children reporting exposure via accidental pop-ups, most say they are not upset by such content. Meanwhile, the regulation of more established media (television, video, magazines, etc.) remains important, since it remains a key source of pornographic content available to teenagers. It also appears that popular and media discourses that assume teenage boys deliberately seek out exposure to sexual content makes it harder for parents and others to recognize the distress that inadvertent exposure may cause girls, some boys, younger children and those facing psychological difficulties in their lives.

Private access makes a difference; children who go online via their own laptops, mobile phones or, especially, handheld devices are more likely to have seen sexual images and/or received sexual messages. Similarly, those who go online in their bedrooms, at friends' houses or "out and about" are more likely to see sexual content online. The early advice that parents should oversee children's Internet use must be revised as Internet access becomes more personalized, and new safety tools and guidance are needed. Without being alarmist or sensationalist, parents need to be alerted to the nature of the risks their children may encounter online. Awareness-raising should try to encourage dialogue and

greater understanding between parents and children about young people's online activities. Increasing parental understanding of risks is particularly important in those countries where awareness of children's risk experience, or parental willingness to discuss sexual matters with their children, is lower.

In countries where there is more bullying overall, there tends to be more bullying online. This suggests that in those countries, as Internet use increases, so too will bullying online. Thus, anti-bullying initiatives should accompany efforts to promote Internet use. Online and offline bullying should be seen as connected, part of a vicious cycle in which perpetrators reach their victims in diverse ways and victims find it hard to escape (GÖRZIG, 2011). Those who bully may also be vulnerable, and they are often victims themselves, so sensitive treatment is required. Although children have a range of coping responses, cyberbullying upsets them, and more support and awareness-raising is needed. Fewer than half tell a parent or other adult, and fewer than half know how to block the person or delete their messages.

Parents also need to be more aware of the practice of offline meetings with contacts first made online. However, it is important to distinguish making new contacts online – a common occurrence – from going to meet new online contacts offline. It is equally important to recognize that for the most part, meeting online contacts offline is harmless, probably even fun. But for a minority of children, meeting online contacts offline is harmful, and these children tend already to be the more vulnerable. Since their parents are often unaware of what has happened, awareness-raising efforts should be increased so that parents of younger and/or more vulnerable children recognize the risk, but without undermining the chance for most children to have fun making new friends online.

DIGITAL SAFETY SKILLS ARE NEEDED TO BUILD RESILIENCE AND RESPONSIBILITY ONLINE

New means of Internet access, less open to adult supervision, are increasingly evident in young people's Internet use. Nearly half of all children in Europe go online in their own bedrooms, where it is unrealistic to expect parents to monitor their safety. Children need to be encouraged to develop self-governing behavior in which they take greater responsibility for their own safety in the use of the Internet. Awareness-raising should emphasize empowerment rather than restriction, and appropriate, responsible behaviour with regard to technology use.

Inequalities in digital skills persist – in terms of socioeconomic status, age and, to a lesser degree, gender – so efforts to overcome these inequalities are needed. Younger age groups must be a growing priority for parents and teachers, as they go online more and more. It is important to balance the protection of younger users with ensuring their online opportunities, as it is often tempting to families and schools to try to make the online world safe for children by stopping their use of Internet services rather than finding ways to ensure their participation in safe ways.

Yet not only do younger children and girls not progress as far up the “ladder of opportunities” as teenagers and boys, many never reach the final set of activities at all. Only half of 9- to 10-year-olds progress further than basic content-related activities. Promoting more creative and skilled applications is essential to ensure all children avail themselves of online opportunities

(LIVINGSTONE; HELSPER, 2007). After all, we find that for all children, skills, opportunities and risks online go hand in hand. In particular, efforts to increase opportunities may also increase risks, while efforts to reduce risks may restrict children's opportunities (LIVINGSTONE; HELSPER, 2010). A careful balancing act that recognizes children's online experiences "in the round" is vital.

Schools play a pivotal role in digital skills development, mitigating forms of digital exclusion. In many countries, secondary level schools have been the main providers of ICT skills training, but here too further efforts are needed. Encouraging children to explore more widely and with more discernment online will improve their digital skills as well as their overall confidence and beliefs in their abilities to use the Internet. Similarly, teaching safety skills is likely to improve other skills, while teaching instrumental and informational skills will also improve safety skills (SONCK *et al.*, 2011). However, teachers are often inadequately resourced and trained to carry out the functions with which they are entrusted. Country differences in online skills point to the need for targeted educational interventions where there is evidence of a digital divide.

Given uneven digital skills, particularly safety skills, across Europe, and the ongoing discussion among stakeholders about the need to identify more precisely the kinds of skills required, an inventory and agreed framework for digital safety training would provide a valuable resource for educators, awareness-raising and civil society groups. Schools are uniquely placed to reach the maximum number of children. They are regarded by parents as the most trusted source of information and, as the second most common location for going online, they provide children with a very important point of access.

Social networking service (SNS) providers need to ensure that maximum protection is provided for the accounts of minors. If SNS age restrictions cannot be made effective, the de facto use of SNS by young children should be addressed so as to ensure age-appropriate protection. Privacy/safety settings and reporting mechanisms should be far more user-friendly. If they remain difficult to use, privacy/safety settings should be enabled by default. Digital skills to protect privacy and personal data should be strongly supported among children of all ages. It should also be noted that one in three parents (51% of parents of 9- to 12-year-olds, 15% of parents of 13- to 16-year-olds) did not wish their child to use SNS. The review of data protection legislation at a European level needs to be considered from the point of view of children's privacy.

AWARENESS-RAISING SHOULD HIGHLIGHT EFFECTIVE COPING STRATEGIES IN SAFETY MESSAGES, EMPHASIZING SOCIAL SUPPORT AS WELL AS ONLINE TOOLS

Policy makers need to be alert to new risks that affect children and young people, especially those arising from peer-to-peer contact. In addition to surveys, qualitative work based on listening to children is vital to learning what new risks they are experiencing. Addressing risks associated with peer-to-peer conduct (user-generated content and personal data misuse) poses a critical challenge to policy makers.

Policy makers have long advised children to tell someone if they've been upset online, and it seems such messages have been heard. Children try some proactive strategies more than others, and few are fatalistic. This suggests a desire to cope as best they can and a readiness to

adopt new technical tools if these are accessible. When asked which strategies really helped the problem, children say that reporting the problem to an ISP was effective with sexual images but less so for sexual or bullying messages. This suggests that better solutions are needed for peer-to-peer risks. Mostly, children said the approach they chose helped in up to two thirds of cases, but this leaves room for provision of better support and/or tools.

It seems that efforts to promote children's digital citizenship – in terms of online safety and good practice – are bearing some fruit, and should be extended. There may be many reasons why solutions children try when upset do not help the situation, but one possibility is that the technical tools are flawed or difficult to use; and another is that adults – at the professional or personal level – are unprepared or unable to help children.

The “knowledge gap” phenomenon, in which the information-rich learn from available advice and guidance more rapidly than the information-poor, means that efforts to promote digital citizenship may disproportionately benefit the already-advantaged. Targeting less privileged or more vulnerable children is a priority. Overwhelmingly, children tell a friend, followed by a parent, when something online upsets them. Rarely do they tell a teacher or any other adult in a position of responsibility. Their apparent lack of trust in those who may have more expert solutions is a concern.

PRACTICAL MEDIATION SKILLS FOR PARENTS AND TEACHERS SHOULD BE PART OF THE OVERALL EFFORT TO BUILD AWARENESS OF RISKS AND SAFETY ONLINE

While younger children have fewer resources to cope with online risks, they are also more willing to turn to parents for help. Meanwhile, teenagers face particular risks that worry them and that they may struggle with alone, so they need particular coping strategies and support.

Parents appear to have gotten the message that it is valuable for them to engage with their child's Internet use, and they employ a wide range of strategies, depending partly on the age of the child. But there are some parents who do not do very much, even for young children, and there are some children who wish their parents would take more interest. Targeting these parents with awareness-raising messages and resources is thus a priority.

Cynicism that what parents do is not valued, or that children will evade parental guidance, is ungrounded. The evidence reveals a more positive picture in which children welcome parental interest and mediating activities, while parents express confidence in their children's abilities. It is important to maintain this situation as the Internet becomes more complex and more embedded in everyday life.

Parental restrictions carry a significant cost in terms of children's online opportunities and skills, but they may be appropriate if children are vulnerable to harm. Parental efforts to empower children online seem to enhance their opportunities and skills, though there is little evidence that they reduce risk or harm. Since there are no easy answers, parents should be supported in judging what best suits their child.

Levels of teacher mediation are high but could be higher, as a substantial minority of children are not reached by teacher guidance. Since schools have the resources to reach all children,

they should take the biggest share of the task of reaching the “hard to reach.” The youngest children (9 to 10 years) report the least mediation from teachers; as this age group now uses the Internet widely, primary schools should increase critical and safety guidance for pupils.

Also, the benefits of supporting peer mediation are easily neglected but could be constructively harnessed, especially as children are most likely to tell a friend if something bothers them online. Peer mentoring schemes have a valuable role to play. When something has bothered them on the Internet, 36% of children said a parent helped them, 28% a friend, and 24% a teacher. The ideal may be for children to have a range of people to turn to, depending on the circumstances. A minority of children has no one to tell when something upsets them.

THE INDUSTRY NEEDS TO BE MUCH MORE PROACTIVE IN PROMOTING INTERNET SAFETY AWARENESS AND EDUCATION

Filtering technologies and parental control software need to be far more usable and transparent and take into account the needs of parents in order to improve uptake. Across the 25 countries surveyed by EU Kids Online, less than one-third (28%) of parents were found to filter the websites visited by their child. It is clear that many parents find such software either too complicated or ill-suited to their needs. To be effective, parental controls need to incorporate all of the issues that concern parents about their children’s Internet use. Thus, in addition to filtering out adult or unsuitable online content for children, controls may also need to include features such as limiting the amount of time spent online, filtering of user-generated content and blocking of commercial content.

While debate continues about the appropriateness of parental controls in all situations, such controls continue to be a valuable resource, particularly for those who may lack skills or knowledge in advising on and guiding their children’s Internet use. Parental controls are also available as an integral element of some Internet services and do not need to be separately installed. An industry-wide agreement on the design and features of safety and parental controls built into web-based services could provide parents with better opportunities to consider adopting them. Training in the use of tools should also be made readily available to deal with lack of confidence and knowledge on the part of parents.

The overwhelming majority of parents would like to receive information and advice about Internet safety. Most, however, get it from family and friends (48%) rather than from the providers of Internet services. Traditional media (32%) and the child’s school (27%) are the next most common sources of information about Internet safety. Internet service providers (22%) and websites (21%) are much less evident as sources of advice. There is considerable scope, therefore, for the industry to improve its own awareness-raising and provision of safety advice. Internet safety advice should be provided in an accessible and user-friendly way at the point of access to web services used by young people. Internet service providers (ISPs) should play a more prominent role in providing online safety resources for parents as the primary account holders.

Traditional media sources – press, radio and television – also have a major role to play in promoting online safety awareness by supporting greater media literacy among the adult population. They are best positioned to reach all adults and, crucially, are influential in forming parents’ attitudes towards opportunities and risks on the Internet.

Evidence repeatedly shows that children still struggle with user tools, safety devices, privacy settings and policies, reporting mechanisms, etc. even though the industry claims they have been improved and made easier. Independent evaluation of progress by the industry is crucial, to measure whether improvements have been made (against benchmarks), but more importantly, whether those improvements work; i.e., are they actually sufficient for children to manage their safety, privacy, identity and risk online? In order to increase trust, the management of safety, identity and privacy settings of Internet services used by children needs to be transparent and independently evaluated.

CONCLUSION

There is no doubt that in a fast-changing socio-technological environment surrounded by high levels of public and media anxiety, generating evidence useful for policy makers is a demanding task. The EU Kids Online network has had to balance two kinds of exacting demands: the conceptual and methodological demands of the scientific community, and the pragmatic demands of diverse stakeholders. As this short article illustrates, the complexity of children's Internet uses, contexts and consequences has implications for the safety and empowerment initiatives of parents, teachers, industry, government, regulators, welfare professionals and children themselves.

I have focused here on the situation in Europe, but it is crucial to recognize that Internet access among children is growing rapidly, albeit from a low baseline, in many parts of the world. While we hope that other countries and cultures can learn from our experiences in Europe, there is also much work needed to identify how those contexts and cultures may differ in other parts of the world, necessitating the development of new theories, concepts, methods and findings from which all may benefit in this global endeavor to advance children's rights to provision, protection and participation online as well as offline.

Acknowledgements

This article draws on the work of the EU Kids Online network funded by the EC (DG Information Society) Safer Internet Programme (project code SIP-KEP-321803). I thank members of EU Kids Online for their insights and efforts in advancing the wider work of our network. In particular, I thank Brian O'Neill for leading on the policy dimensions of our work.

REFERENCES

GÖRZIG, A. *Who bullies and who is bullied online?: a study of 9-16-year-old Internet users in 25 European countries*. London, UK: EU Kids Online Network, 2011. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/39601/>>. Accessed on: Aug 6, 2014.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; Görzig, A. (Eds.). *Children, risk and safety online: Research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: Policy Press, 2013.

LIVINGSTONE, S. et al. *Risks and safety on the Internet. The perspective of European children: Full findings*. 2011. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/33731/>>. Accessed on: Aug 6, 2014.

LIVINGSTONE, S.; BULGER, M. *A Global Agenda for Children's Rights in the Digital Age: Recommendations for Developing UNICEF's Research Strategy*. Florence: UNICEF Office of Research, 2013. Available at: <<http://www.unicef-irc.org/publications/702>>. Accessed on: Aug 6, 2014.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. J. Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, v.9, n.4, p.671-696, 2007. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/2768/>>. Accessed on: Aug 6, 2014.

———. Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the Internet: The role of online skills and Internet self-efficacy. *New Media & Society*, v.12, n.2, p.309-329, 2010. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/35373>>. Accessed on: Aug 6, 2014.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: risks and opportunities*. Milano: Educatt, 2014. Available at: <<http://www.netchildrengomobile.eu/reports/>>. Accessed on: Aug 6, 2014.

SONCK, N. et al. *Digital literacy and safety skills*. 2011. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/33733/>>. Accessed on: Aug 6, 2014.

DEVELOPMENTS IN ONLINE CONTENT REGULATION

Brian O'Neill¹

INTRODUCTION

With international celebrations of the 25th anniversary of the invention of the World Wide Web, 2014 has become a year of timely reflection on the policies that will shape its future. Internet safety has been central to the policy agenda at least since the mid-1990s, when concerns about the potential impact of the Internet on children and young people were first raised (EUROPEAN COMMISSION, 1996a). Notwithstanding the moral panic that attends the rise of all new media and communication technologies (FACER, 2012; THIERER, 2013), expanding use of the Internet and evolving new technologies and applications continue to fuel concerns about how best to ensure measures are in place to protect children when they go online. However, the mechanisms to achieve this are less clear. Despite nearly two decades of international cooperation to combat abuses online, the Internet continues to create risks for children and young people (LIVINGSTONE *et al.*, 2012). This brief review focuses on one dimension of this risk environment – online content – and considers emerging policy debates about how to best protect children while fostering the ongoing development of a rapidly converging media landscape.

THE EVOLVING INTERNET

The evolving nature of the Internet and continuing innovation in technologies and services unquestionably bring a host of new opportunities for consumers and society as a whole. As technology evolves, the distinction between devices such PCs, TVs, tablet devices and laptops will continue to erode, enabling users to access content and use online services across a host of different devices (MEIKLE and YOUNG, 2012). The functions and applications associated with traditional desktop PCs will effectively merge with other communication

¹ Brian O'Neill is Head of Research at the Dublin Institute of Technology. He is a member of the EU Kids Online network, funded under the Safer Internet Programme, and leads the work package on policy. He is also a member of Ireland's Internet Safety Advisory Council and chairs the Irish government's Internet Content Governance Advisory Group. Email: brian.oneill@dit.ie

and entertainment technologies, enabling consumers to access and use multiple devices, simultaneously watching TV, communicating with friends and searching for additional content over the Internet. As such, the focus of industry investment and consumer interest will be more and more on content while technology strives to create a seamless experience, enabling consumers to effortlessly shift between devices. At the same time, platforms that enable consumers to create and effortlessly share their own content will continue to evolve and also allow them to communicate widely with circles of friends and contacts. A myriad of communication tools and devices will allow users to be connected and to access and communicate with contacts anywhere and at any time.

This is the context in which policy makers are tasked with the challenge of updating existing approaches to protecting children within the media environment while also ensuring that young people gain the most from the opportunities that convergence in communications offers.

The challenge of innovation is that it frequently outpaces the ability of governments to anticipate new developments or even to keep up with its implications for citizens and for questions such as the protection of minors. Internationally, the principal trend has been to rely on the responsibility of companies across the value chain of the Internet – with the encouragement of governments – to maintain a positive online “experience” for users and to support through appropriate safeguards an environment that is as safe as is practicable for children and young people (TAMBINI *et al.*, 2008). While it is difficult to predict exactly how the Internet will evolve or anticipate all the consequences that will arise from users’ interactions with technology, a fundamental guiding principle is that children, young people and other potentially vulnerable users will always require particular attention and protection (OECD, 2011).

CONTENT RISKS

Content risks have long been the focus of much research and policy attention for Internet safety (Council of Europe, 2009; European Commission, 1996b). Content in the traditional media environment has been the subject of a graduated system of regulation, restricting inappropriate content through a series of advisories and access controls according to the nature of the content concerned. The evolving nature of the Internet, however, creates a more complex environment for accessing content, raising concerns about potential access by children and young people to material that could be inappropriate or harmful for their development.

Expanding use of multiple connected devices (MASCHERONI and ÓLAFSSON, 2014), both at home and while out and about, pervasive use and ubiquitous access provide the context in which all aspects of the Internet industry – manufacturers, network providers, and online content/service providers – need to consider and incorporate measures to support online child safety.

Among the challenges this environment creates is the need to adopt consistent and effective approaches to content that enhance user trust and confidence without restricting online opportunities or the rights of other Internet users. An anomaly now widely acknowledged in the emerging Internet environment is the increasingly blurred boundary between traditional forms of media consumption and new connected services and devices adopted by children and

young people (EUROPEAN COMMISSION, 2013). In particular, content on the same device may be subject to different regulatory regimes, resulting in user confusion, with important implications for safety provision and awareness-raising.

While media service providers and professional media organizations retain overall editorial responsibility for output, subject to existing regulations or legislation, the proliferation of user-generated content and content from different parts of the world that may not be subject to any regulatory oversight except under terms of service applied by Internet service providers creates new kinds of content risks.

Research shows that concerns about content continue to feature prominently among issues that bother children and young people. When responding to open-ended questions about what bothers them online, EU Kids Online 2010 reported that potentially harmful content (such as pornography and gory or violent content) tops the list of children's concerns, constituting over half of all risks mentioned (LIVINGSTONE *et al.*, 2013). Similar concerns were found among Brazilian children, where content-related risks ranked among the highest concerns of children, with pornography and aggressive/violent content as the two most reported experiences (BARBOSA *et al.*, 2013).

Content from commercial sources also poses risks, as recent examples attest, where the use of embedded marketing and wider proliferation of commercial content and advertising are gaining in prominence as risks affecting children, particularly among younger age groups². Micro payments and in-app purchases, as well as potential risks from gambling and illegal downloading, are all areas requiring increasing attention.

Research plays a vital role in this policy effort by contributing with up-to-date information on how children and young people use technology and by pointing to emerging risks. The key tasks for research are identifying real as opposed to assumed risks, supporting policy with robust and reliable evidence and communicating research to the range of interested stakeholders. The work of EU Kids Online provides a noteworthy example within a European context, providing a model for research on the use of information and communication technologies (ICT) among children and young people in Brazil (LIVINGSTONE *et al.*, 2011a). Through a systematic analysis of the evidence base and a rigorous research approach in its Europe-wide survey of young people's experience online, the network has established a baseline for assessing a wide range of content – as well as contact and conduct – risks for children in their use of the Internet (LIVINGSTONE *et al.*, 2011b).³

² Following complaints in the United States about in-app purchases, Apple reached an agreement with the Federal Trade Commission to refund \$32.5 million to customers. Google faces a similar lawsuit regarding unauthorized charges in the Play store without parents' knowledge. See: [http://news.cnet.com/8301-13579_3-57617270-37/apple-to-refund-at-least-\\$32.5m-for-kids-in-app-purchases/](http://news.cnet.com/8301-13579_3-57617270-37/apple-to-refund-at-least-$32.5m-for-kids-in-app-purchases/)

³ EU Kids Online is a multi-national thematic network that aims to stimulate and coordinate investigation into children's online use, activities, risks and safety. It employs multiple methods to map the changing Internet experiences of European children and parents. It also sustains an active dialogue with national and European policy stakeholders. See: www.eukidsonline.net

REGULATING CONTENT

Protecting children from unsuitable content that may be harmful to their development has been a cornerstone of Internet policy for children. Determining which content is unsuitable for children and for which age groups, however, is contested. Illegal content, such as extreme xenophobic material and child sexual abuse imagery, falls into the category of illegal content in almost all jurisdictions. In such instances, what is deemed illegal in the offline world is also illegal in the online world, and the only issue is one of ensuring effective compliance and operation of applicable laws. For other content that may be deemed potentially harmful, but not illegal, provisions for protection vary considerably. Such content risks may include violent or gory online and video game content, “adult” and other pornographic content, racist content or forms of hate speech, and forms of commercial content that may target children in ways for which they are not prepared.

Regulation of illegal content, including child abuse material or extreme violent or racist material, typically relies on forms of international cooperation among law enforcement, industry and other public-private partnerships in monitoring and suppressing, where applicable, illegal and criminal online content. Mandatory filtering at a national level is applied in only a limited number of countries (Turkey, and proposed in Australia). More frequently, it is applied on a voluntary basis, for instance, as recommended for countries within the European Union under the 2011 Directive on combatting sexual exploitation of children and child pornography (European Union, 2011). Filtering at the level of the Internet service provider for content that is not illegal but is recognized as unsuitable for children is largely voluntary, even in a country such as Turkey, where overall strict censorship applies (OSCE, 2010).

In the traditional media environment, regulation of content features prominently in the national audiovisual policy schemes of most countries and to some extent in online policy frameworks (OECD, 2008). A general ban on illegal content, offline and online, for instance, is provided for on a near-universal basis. In the United States and Canada, there is a tendency not to have Internet-specific legislation governing content, while other countries, including Japan, Turkey and Korea, have passed dedicated laws governing online content. Between these extremes, most European countries, Australia and New Zealand rely to a large extent on application of existing laws augmented by “soft” legislation in the form of self- and co-regulatory schemes to enforce age restrictions on content.

Potentially harmful user-generated content is a relatively new area of risk where children and young people access or even originate content including racist or hate speech, taking drugs, promoting anorexia/bulimia, or talking about ways to commit suicide. While such content is subject to the terms of use adopted by the service providers concerned, calls for greater vigilance by hosting companies along with increasing pressures towards content censorship are evident (DEIBERT, 2008).

LABELLING AND CLASSIFICATION

One approach to the regulation of content that is not illegal but may be harmful to young people's development is the attempt to develop appropriate classification schemes for content. Labelling online content is intended to better enable parents to make judgements on the suitability of content for their children and to make filtering systems more effective. In the European Union, developing effective and transparent labelling systems has been a feature of safer Internet policy since the development of the first Safer Internet Action Plan. Concerns about the effects of violent video game content led to the first voluntary rating system for console games, developed by the UK-based Entertainment Leisure Software Publishers Association (ELSPA) in 1994. However, with the proliferation of nationally-based classification systems and consequent consumer confusion, the Pan European Game Information system (PEGI) was introduced in 2003. The development of PEGI marks a shift from a legislatively-based classification system based on age ratings, familiar to the traditional media environment, to one based on labelling, content descriptions and indications of age appropriateness (McLAUGHLIN, 2007). The system is voluntary and is operated by manufacturers and game developers; it includes age rating symbols (3+, 7+, 12+, 16+ and 18+) and content descriptors (bad language, discrimination, drugs, fear, gambling, sex and violence). Often seen as a success story for the approach of co-regulation, it has been adopted by most countries in Europe, with strong support from the European Commission, and reinforces the legislative basis of game classification in countries such as Ireland and the UK.

Attempts to extend content classification and labelling systems to the online sphere have been less successful. PEGI Online, an addition to the PEGI system, was designed specifically for online gaming content using a similar labelling system and supported by an industry code of practice. However, the system has limited participation. Other efforts to promote rating systems for online content have included the Internet Content Rating Association (ICRA), and the internationally structured self-regulation initiative (MACHILL *et al.*, 2002). This content description system was intended to allow web developers to self-label content using categories to highlight the presence or absence of nudity or sexual content, the depiction of violence, or other potentially harmful content such as gambling, drugs and alcohol. The system has gained limited industry support and as of 2010 has been absorbed within the Family Online Safety Institute (FOSI) organization (ARCHER, 2012).

Efforts to reinvigorate content classification for the online world were addressed by the CEO Coalition, the alliance of Internet companies convened by Neelie Kroes, the Vice-President for the Digital Agenda of the European Commission. The Coalition, comprising over 30 companies in Europe, was called upon to focus on five key areas of Internet safety: implementation of simple and robust reporting tools; creation of age-appropriate privacy settings; wider use of content classification; wider availability and use of parental controls; and finally, effective takedown of child abuse material.⁴ Content issues feature in a number of these areas, but particularly so in relation to support for wider use of content classification. The areas identified where there were significant gaps included the classification of apps and user-generated content, machine readability and interoperability.

⁴ See: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/self-regulation-better-Internet-kids>

The CEO Coalition recommends that its members provide ratings of commercial content online on the basis of classification systems currently in place for professional content across the EU. In addition, it has committed to ensuring that classification of apps will be based on self-certification by the developer as an integral part of the submission process. In such an approach, the developer retains responsibility for the classification, but may be aided by the platform or ratings provider through guidance or assessment. The scheme recommends categories of classification that consumers can easily understand as well as a mechanism for consumers to provide feedback, report an issue or file a complaint about the classification of an app. With regard to user-generated content, members undertake to cooperate and test the efficacy of technical solutions while promoting education and information campaigns. Clearly, this is the area that offers the greatest challenge; as the World Wide Web expands and more people share content online, new dilemmas for both illegal and harmful content are created. The recommendations to date include provision of relevant and easily accessible information in Terms of Service (ToS) about illegal content and service usages with detailed information on how to report content that is deemed to violate guidelines/ToS through a flagging system or other reporting tools.

CONCLUSION

Industry-supported self-regulatory agreements have been among the most important non-legislative initiatives designed to promote safer Internet practices. In the European context, safer use of mobile communications and safer social networking have been the two key sectors in which industry providers have, with Commission support, developed a code of practice regarding child safety (GSMA, 2007; EUROPEAN COMMISSION, 2009). The area of content is likely to prove more challenging though calls for more effective solutions regarding unsuitable content, and parental control filters have placed greater pressure on industry to demonstrate progress. Industry operators are deemed the best-equipped to respond to rapid changes in technology and the marketplace through initiatives such as the CEO Coalition for a Better Internet for Kids (to give it its full title), and they have given commitments to provide better information and more effective mechanisms for users to control the content they wish to access. Should this approach fail to deliver, self-regulation, which for so long has been a foundation of new media policy, is likely to come under increasing scrutiny as governments and citizens demand that the standards that apply in the traditional media environment transfer in some measureable ways to the new media arena.

REFERENCES

- ARCHER, P. *ICRAfail. A Lesson For the Future*. 2012. Available at: <<http://philarcher.org/icra/ICRAfail.pdf>>. Accessed on: 11 August, 2014.
- BARBOSA, A. *et al. Risks and safety on the Internet: comparing Brazilian and European children*. London, LSE: EU Kids Online, 2013. Available at: <http://eprints.lse.ac.uk/54801/1/EU_kids_online_brazil_report_21_nov.pdf>. Accessed on: 11 August, 2014.
- COUNCIL OF EUROPE. *Protecting children from harmful content*. Strasbourg: Council of Europe, 2009.
- DEIBERT, R. *Access denied : the practice and policy of global Internet filtering*. Cambridge, MA: MIT, 2008. Available at: <<http://www.loc.gov/catdir/toc/ecip0713/2007010334.html>>. Accessed on: 11 August, 2014.
- EUROPEAN COMMISSION. *Green Paper On The Protection Of Minors And Human Dignity In Audiovisual And Information Services*, COM(96) 483 final, 1996.
- _____. *Illegal and Harmful Content on the Internet*, COM(96) 487, 1996.
- _____. *Safer Social Networking Principles for the EU*. 2009. Retrieved from: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/sn_principles.pdf>. Accessed on: 11 August, 2014.
- _____. *Green Paper COM (2013) 231 final. Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values*. 2013. Retrieved from: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2013:0231:FIN:EN:PDF>>. Accessed on: 11 August, 2014.
- EUROPEAN UNION. Directive 2011/92/EU of the European Parliament and of the Council of 13 December 2011 on combating the sexual abuse and sexual exploitation of children and child pornography, and replacing Council Framework Decision 2004/68/JHA.2011. Retrieved from: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32011L0093>>. Accessed on: 11 August, 2014.
- FACER, K. After the moral panic? Reframing the debate about child safety online. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, v.33, p.397-413, 2012.
- GSMA. *European Framework for Safer Mobile Use by Younger Teenagers and Children*. 2007. Retrieved from: <<http://www.gsma.com/gsmaeurope/safer-mobile-use/european-framework/>>. Accessed on: 11 August, 2014.
- LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. *Children, risk and safety on the Internet: Research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: Policy Press, 2012.
- LIVINGSTONE, S. *et al.* . *EU Kids Online. Final Report*. London, LSE: EU Kids Online, 2011a.
- LIVINGSTONE, S. *et al.* . *Risks and safety on the Internet: The perspective of European children. Full Findings*. Publication data missing. Please provide, London, LSE: EU Kids Online, 2011b.
- LIVINGSTONE, S. *et al.* *In their own words: What bothers children online?* LSE, London: EU Kids Online, 2013.
- MACHILL, M.; HART, T.; KALTENHUSER, B. Structural development of Internet self-regulation: Case study of the Internet Content Rating Association (ICRA). *Info*, v.4, p.39-55, 2002.
- MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile. Risks and opportunities*. Milano: Educatt, 2014. Retrieved from: <http://www.netchildrengomobile.eu/wp-content/uploads/2013/07/Ncgm_Full.pdf>. Accessed on: 11 August, 2014.

McLAUGHLIN, S. Violent Video Games – Can Self Regulation Work. *Communications Law. Journal of Computer Media and Telecommunications Law*, v.12, p.157-167, 2007.

MEIKLE, G.; YOUNG, S. *Media convergence: networked digital media in everyday life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012.

OECD. *Policy Guidance for Digital Content*. 2008. Retrieved from: <<http://www.oecd.org/dataoecd/20/54/40895797.pdf>>. Accessed on : 11 August, 2014.

_____. *The Protection of Children Online: Risks Faced by Children Online and Policies to Protect Them*. 2011. Retrieved from: <<http://dx.doi.org/10.1787/5kgcjf71pl28-en>>. Accessed on: 11 August, 2014.

OSCE. *Report of the OSCE Representative on Freedom of the Media on Turkey and Internet Censorship*, 2010. Retrieved from <<http://www.osce.org/fom/41091>>. Accessed on: 11 August, 2014.

TAMBINI, D.; LEONARDI, D.; MARSDEN, C. T. *Codifying cyberspace: communications self-regulation in the age of Internet convergence*. London: Routledge, 2008.

THIERER, A. Technopanics, Threat Inflation, and the Danger of an Information Technology Precautionary Principle. *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, v.14, p.311-385, 2013.

BRAZIL, PORTUGAL, EUROPE: GENDER AND CHILDREN'S MOBILE ACCESS TO THE INTERNET

Cristina Ponte¹

INTRODUCTION

Results from the first edition of the ICT Kids Online Brazil survey, conducted between April and July 2012, and those of the European survey, EU Kids Online, conducted two years before in 25 countries, demonstrated that children who accessed the Internet on both continents shared similar patterns of use. As pointed out in a report comparing Brazil and Europe (BARBOSA *et al.*, 2013), these similarities indicate a transnational digital culture and socialization process, which does not, however, ignore national and even regional contexts and resources. From an external viewpoint, and taking into consideration the European study currently underway, this paper briefly reviews the Brazilian results from 2012 in order to provide a framework for the second wave of the ICT Kids Online Brazil survey. The present study is centered on the topics: gender – the central mark of one's identity – and mobile access to the Internet.

In 2012, an estimated 60% of children between 9 and 16 years of age accessed the Internet, a sharp growth trend according to statistical data from the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br). In terms of location of access, Brazil was ahead of Europe in 2010 regarding LAN house use (35% vs. 12%) and access to the Internet on mobile phones while "out and about" (18% vs. 8%). This contrast illustrates the diversity of Brazilian society with respect to the dynamics of digital access penetration.

Regarding the devices used to access the Internet, mobile phones ranked in second place at 21%, following desktop computers shared by the family, reported by 38% of children. Mobile phones barely surpassed personal PCs, at 20%, but came out ahead of the 9% to 10% for laptops (personal or shared by the family), which are digital novelties belonging to the first decade of the new century. As in other countries where digital penetration has occurred only

¹ Doctoral degree in Communication Sciences, Professor of Media and Journalism Studies. Associate Professor in the Department of Communication Sciences, College of Social and Human Sciences, New University of Lisbon, and member of the Sociology Research Center (CENJOR). Coordinates Portugal's EU Kids Online research team.

more recently, Brazilian children accessed the Internet through mobile phones, which are lightweight, personal, networked and used on the go.

These results from 2012 differ from those displayed in Portugal in 2010. Incentive policies encouraging student ownership of portable computers – which achieved high levels of participation by families, particularly those with fewer resources and for whom these policies were an opportunity – placed Portuguese children ahead of other European countries regarding mobile access to the Internet.

The portable devices used by Portuguese children consisted mainly of small *Magalhães* portable computers. Designed for children between 6 and 12 years of age, they were included in the *e-escolinha* (“e-school”) program, part of the Technological Plan for Education, which ended in 2012. That was also the year in which tablets and especially smartphones were established worldwide, and became one of the most desired technological items among children. Nowadays, portable *Magalhães* computers are a rare item in schools and households, and many children of this generation have replaced them with mobile devices that are more powerful, faster and less associated with childhood (PONTE, in press).

In Brazil, the 2012 results confirmed that infrastructure and economic conditions influence access to the Internet by mobile devices. In the North and Center-West regions, 39% of children accessed the Internet by mobile phones, 13% in the Northeast, and 21% in the South and Southeast. A greater percentage of children from social classes AB and C accessed the Internet by mobile devices compared to those from DE classes (25%, 22% and 12%, respectively). The proportion of children with access to the Internet by mobile phones increased with age.

In the present article, we sought to explore the influence of gender on children’s access to digital devices in Brazil, making reference to the Portuguese results, which demonstrated clear differences between boys and girls. We also investigated activities carried out by those who do and do not have mobile devices, comparing these results with those of studies currently underway in Europe.

BOYS AND GIRLS AS INTERNET USERS

The ICT Kids Online Brazil 2012 sample was well distributed between genders: 49% of the respondents were male and 51%, female. Gender distribution across the age groups, as shown in Table 1, reveal differences in how Brazilian boys and girls access digital devices.

TABLE 1
BRAZIL: TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET, BY SEX AND AGE GROUP (2012) (%)

Devices used to access the Internet in the household	Male 9-12	Female 9-12	Male 13-16	Female 13-16
Shared PC (desktop computer)	41	33	40	39
Mobile phone	10	16	30	29
Personal PC (desktop computer)	15	22	22	21
Personal (or frequently used) laptop that may be used in the bedroom	6	8	12	11
Laptop that cannot be used in the bedroom	10	8	11	8
Games console, such as a PlayStation	2	3	5	4
Tablet	2	1	4	1
Television set (TV)	1	1	1	2
Other	17	15	18	16

Source: ICT Kids Online Brazil 2012.

There was a clear difference between the two age groups regarding the device used to access the Internet in the household. Among the younger children (9 to 12 years old), more girls reported owning devices: desktop computers, mobile phones, laptops, and even game consoles. The proportion of girls with personal desktop computers and mobile phones, the most commonly reported devices, was 6 to 7 percentage points higher than for boys of the same age. Boys aged 9 to 12 years were ahead of girls regarding access to the Internet by shared devices, especially desktop computers. This sharp difference among devices used for access to the Internet was not observed among adolescents, whose values presented a slight male advantage. Differences were smaller regarding devices not available in the household, with a slight male advantage in both age groups.

The results shown in Table 1 indicate that there are gender differences regarding online access in late childhood. Our hypothesis is that Brazilian girls between 9 and 12 years of age press their parents to have their own personal devices to access the Internet in the household, thus obtaining better results than their male counterparts.

However, the 2010 Portuguese results revealed different tendencies according to gender, as shown in Table 2. Access to portable devices was equally distributed, a possible consequence of school- and education-related incentive policies. Among younger children, boys were ahead regarding Internet access by computers and game consoles, while girls were slightly ahead regarding access by mobile phones, other mobile devices, and television. Among adolescents, there was a clear male predominance for all devices.

TABLE 2
PORTUGAL: DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET, BY SEX AND AGE GROUP (2010) (%)

Devices used to access the Internet at home	Male 9-12	Female 9-12	Male 13-16	Female 13-16
Personal laptop	62	63	68	68
Shared PC (desktop computer)	42	36	47	37
Shared laptop	36	30	39	36
Personal PC (desktop computer)	31	30	37	33
Mobile phone	26	28	40	32
Television set (TV)	29	33	30	23
Game console	30	17	37	15
Other mobile devices	3	5	13	7

Source: EU Kids Online 2010.

Differences were also observed in parental mediation of Internet use. Girls reported talking with their parents more frequently, in both age groups, and boys seemed to be slightly more encouraged to explore the Internet. Especially among younger children, activities that implied direct sharing or parental presence were also higher among boys (SIMÕES, 2012). When considering education and communication policies for families, it would be interesting to investigate parental mediation in Brazil, especially among younger children.

RESOURCES FOR ONLINE ACTIVITIES

The results of the ICT Kids Online Brazil 2012 survey indicated high levels of reference to children using the Internet to visit social networks (in second place, following Internet use for schoolwork). Approximately 68% visited social networks. Over half of the respondents (53%) visited a social network every day or almost every day and used instant messaging with friends or contacts. Other common communication activities were “posted messages on a website” or “sent/received e-mails,” reported by 39%; in sixth place in terms of frequency, “watched video clips” (37%); and in seventh “played games with others on the Internet” (35%). The emphasis observed in Brazil suggests a digital culture strongly related to communication.

Table 3 presents the percentage of an daily or almost daily frequency of some activities addressed in the survey, both in Brazil and in five European countries (Denmark, Ireland, Italy, the United Kingdom and Romania) that participated in the Net Children Go Mobile project.²

² Project financed by the European Commission's Safer Internet Plus Programme, which initially involved four countries: Denmark, Italy, Romania and the United Kingdom. Three more countries, Portugal, Ireland and Belgium, were included later on, through their own financial support. The project combines a national representative survey with qualitative research (interviews and focus groups with children, parents and teachers). At the time of writing, fieldwork was taking place in Portugal and Belgium. More information at: <<http://www.netchildrengomobile.eu/>>.

TABLE 3
BRAZIL AND AVERAGES OF FIVE EUROPEAN COUNTRIES: A COMPARISON
OF ACTIVITIES CARRIED OUT EVERY DAY OR ALMOST EVERY DAY (%)

Activities	Brazil (2012)	Average of 5 European countries (2013)
Visiting a social networking profile/page	53	58
Using instant messaging	53	48
Downloading music or films	44	23
Posting messages on a website or blog	39	16
Watching video clips	37	56
Playing games with other people on the Internet	35	33
Schoolwork	13	35

Source: ICT Kids Online Brazil 2012; Net Children Go Mobile 2013.

On both continents, communication activities presented the highest daily frequency; approximately half of the respondents reported visiting social networks and using messaging. Approximately one-third of users on both continents reported playing games as a very frequent activity. Other activities presented variations, namely, those involving appropriation (downloading online material), which showed a higher frequency in Brazil, and watching online content, reported by more than half of European interviewees. Among the most frequent activities in the five European countries, we found Internet use for schoolwork to be much higher (35%) than the usage reported by Brazilian respondents (13%).

The two most reported activities in the Net Children Go Mobile study, conducted in 2013, did not emerge as items in the ICT Kids Online Brazil 2012 survey: “listening to music” appeared in second place (57%); and “searching for information to satisfy curiosity” appeared in sixth (34%). Furthermore, the item “sending/receiving e-mail,” frequently reported in Brazil in 2012, disappeared from the European list.

One of the issues explored by the Net Children Go Mobile study was whether expansion of the range of opportunities provided by the mobile Internet promotes a specific repertoire of communication and entertainment activities, relegating educational activities to the background. As stated in the project report, “Our aim is therefore to understand and distinguish the mobile internet experience from the PC-based internet experience in terms of opportunities and risks” (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2013: 5).

The results indicated that the respondents who owned these digital devices engaged more frequently in activities on a daily basis. This does not mean, however, that these were the only devices they used to access the Internet.

What do the results from ICT Kids Online Brazil 2012 tell us about who can or cannot access the Internet through mobile devices? Table 4 presents the distribution of activities among the 9- to 12-year-old and 13- to 16-year-old age groups.

TABLE 4
BRAZIL: CHILDREN'S USE OF MOBILE DEVICES FOR INTERNET ACCESS, BY AGE GROUP (2012) (%)

Activities/Mobile devices	9 to 12 years old		13 to 16 years old	
	Uses mobile device	Does not use mobile device	Uses mobile device	Does not use mobile device
Schoolwork	74	77	83	88
Visiting a social networking profile/page (such as Orkut or Facebook)	73	53	87	75
Watching videos (such as on You Tube)	79	56	77	71
Playing games with other people on the Internet	47	61	45	51
Using instant messaging with friends or contacts	60	37	71	64
Sending/receiving e-mail	46	32	69	61
Downloading music or films	39	26	74	53
Reading/watching the news	33	26	66	52
Posting photos, videos or music	36	24	62	51
Spending time in a virtual world	33	14	20	16
Creating a character, pet or avatar	29	15	19	15
Using a webcam	10	10	22	15
Visiting a chat room	10	8	21	12
Using file-sharing sites	4	3	13	8

Source: ICT Kids Online Brazil 2012.

Only two of 14 activities on the list were the most reported by those who did not have mobile access: using the Internet for schoolwork and for playing games with other people. In terms of gender and age, the greatest differences among activities were found between 9- to 12-year-old children who did and did not have mobile access – to which girls have more access, as verified above. The percentage differences regarding “visiting social networks”, “watching videos” and “instant messaging” were greater among this age group than for children aged 13 to 16 years.

Among the children in the 13- to 16-year-old age group, who, as observed, presented little variation in terms of access, the greatest difference found between those who did and did not have mobile access was activities such as downloading music or films and reading/watching the news, commonly practiced by those who had mobile access to the Internet.

PRELIMINARY CONCLUSION

Keeping in mind the precautions required by purely quantitative analysis, the differences of access to the Internet found regarding children in Brazil and Portugal, as well as across the age groups, challenge us to consider issues related to gender construction starting in childhood. While still taking into account structural inequalities of socioeconomic order, it would enrich our existing knowledge to observe how gender identity construction is mediated by Brazilian families, society and culture. It is not a coincidence that gender issues have acquired increasing international visibility regarding online access, risk and opportunities (TSATSOU *et al.*, 2009; LIVINGSTONE *et al.*, 2013; MASCHERONI; PASQUALI, 2013; MESCH, 2013).

In 2014, the second wave of the ICT Kids Online Brazil research will coincide with the release of updated Portuguese data on Internet access and use, through the country's participation in the Net Children Go Mobile project. This will provide both countries with longitudinal, representative results. Another front that will contribute to this knowledge comes from the voices of these boys and girls themselves: how they experience digital access, how they experience its opportunities, and how they deal with its risks. Collaboration between Portuguese and Brazilian researchers has resulted in the first joint project to explore these qualitative dimensions in both countries, the ICT Kids Online Brazil-Portugal project, coordinated in Brazil by Inês Vitorino, from the Federal University of Ceará, and in Portugal by the author of this article.

In addition to communication and education, the perspective provided by the sociology of childhood can also contribute to data analysis with essential knowledge for formulating digital inclusion and participation policies.

REFERENCES

BARBOSA, A. *et al.* *Risks and safety on the internet. Comparing Brazilian and European results*. London: LSE, 2013. Available at: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Brazil-report-21nov-final.pdf>>. Accessed on: Oct 6, 2014.

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

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, risk and safety on the internet*. Bristol: Policy Press, 2012.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net children go mobile: Mobile internet access and use among European children*. Initial findings of the Net Children Go Mobile Project, Milano: Educatt, 2013. Available at: <http://www.netchildrengomobile.eu/wp-content/uploads/2013/10/1stShortReport_web-colori.pdf>. Accessed on: Oct 6, 2014.

MASCHERONI, G.; PASQUALI, F. Dress up and what else? Girls' online gaming, media cultures and consumer culture. *CM - Communication Management Quarterly*, v. 29, p. 79-101, 2013. Available at: <<http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1452-74051329079M&redirect=ft>>. Accessed on: Oct 6, 2014.

MESCH, G. S. *Internet media and peer sociability*. The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media. D. Lemish. London: Routledge, 2013.

PONTE, C. De costas voltadas? Escolas e práticas digitais de crianças (8-12 anos). In: SANTIAGO, I. E. (Ed.) *Mídia-Educação: iniciativas do Brasil, Portugal e Espanha*. Gotemburgo: Nordicom, International Clearinghouse on Children and Media, (in press).

SIMÕES, J. A. Mediações dos usos da internet. Resultados nacionais do inquérito EU Kids Online. In C. Ponte, A. Jorge, J. A. Simões e D. Cardoso (eds). *Crianças e Internet em Portugal*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2012. 121-143.

TSATSOU, P.; PRUULMAN-VENGERFELD, P.; MORRU, M. F. Digital Divides. In Livingstone e L. Haddon (eds). *Children online*. Bristol: Policy Press, 2009. p.107-117.

INCREASINGLY COMPLEX SOCIAL NETWORKS

Marcus Tavares¹

Studies on the children, adolescents and Internet triad have the great merit of proving hypotheses, mapping out practices and offering concrete elements for formulating projects, actions and even public policies. There is a lack of such data in Brazil, although the triad is gradually becoming the object of study in university dissertations and theses. The ICT Kids Online Brazil survey, which assesses the use of information and communication technologies (ICT) among Brazilian children from 9 to 16 years old, focusing primarily on the opportunities and risks related to Internet use, plays an extremely important role. By applying research methodologies of greater breadth and scope, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), fosters the exchange of national and international surveys, reveals statistical data and, more importantly, gives rise to discomfort, questions and further inquiries. As a teacher in two public high schools in the state of Rio de Janeiro and a journalist dedicated to covering themes related to media and education, I have observed that the results of such studies communicate directly with my professional practice, especially in the classroom.

The two main pieces of data from the ICT Kids Online Brazil 2012 survey – that children are increasingly more connected to social networks and that for most parents, the Internet does not represent danger – reveal the exact context of classrooms in many Brazilian schools, at least in capital cities. Between the lines: To what extent are children experimenting with new relationships on social networks without any form of mediation, and to what degree are schools and families unprepared for dealing with this scenario?

It is a reality. Children and young people arrive in the classroom already connected to the web on their mobile phones. Many have last-generation devices, which theoretically do not correspond with their family income, but can be explained by easy credit, relentless advertising on the importance of connectivity and, primarily, the insistent demands of children and adolescents themselves. To have a mobile phone connected to social networks means to belong. It means being part of the same team.

¹ Journalist. High school teacher and college professor in Rio de Janeiro. Doctoral degree in Education from the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC-RJ). Associate Researcher for the Education and Media Research Group (Grupem), Education Graduate Program, PUC-RJ.

For parents, in the first instance, mobile phones serve as a type of GPS device, a way to monitor their child's steps, although the children very cleverly turn the phone on and off as they please. Moreover, giving their child the latest model is a way of guaranteeing a certain level of "peace" in the home; after all, many parents have no idea of the number of attributes, tools and applications available. Confined to the keyboard, or nowadays, the touch screen, the children of the thumb generation do not bother, pester, or disturb; they stay quiet. This generation laughs, "likes", talks, cries, shares and plays alone at home, but in the company of several people on the Internet. Encouraged toward and swallowed up by connectivity, children experience no boundaries.

Even though they are ongoing topics for discussion, problems regarding pedophilia, talking to strangers and publishing personal data and photos, for example, exist and persist. I observe that parents from all social levels and even those with little or no familiarity with the Internet remember and comment on such risks. Why is this so? My hypothesis is that this is so because the theme is recurrent in the media and on the greatest communication medium in the country, television, which features the topic in soap operas and TV news.

This is not a new subject. The soap opera *Explode Coração*, written by Gloria Perez and broadcast in 1995 by the Globo TV network, already dealt with this context. The protagonists lived an intimate relationship online, experiencing all the dangers associated with "talking to strangers," which continue to be addressed nowadays. Nearly ten years ago, in 2005, there was another landmark. The soap opera *América*, from the same author and television network, portrayed the life of a boy called Rique. Addicted to the Internet, he distanced himself from his family, abandoned his friends and almost fell into the trap of a pedophile.

Television news does not lag behind. One of the most recent famous cases was that of Brazilian actress Carolina Dieckmann; in May 2012 her intimate photos were stolen from her computer and published on the Internet. Once again, the discussion regarding what is public and what is private emerged. The case was so commented on, disseminated and discussed that in record time the Federal Senate approved a bill stipulating jail time for cybernetic crimes and for violating privacy, which were not provided for by legislation. The bill was named the Carolina Dieckmann Law and was approved in November of the same year by President Dilma Rousseff.

Without a doubt, the influence of television on this topic is a characteristic peculiar to our country, and it is my belief that, in a certain way, it creates an understanding, or a common sense, that such risks exist and must be avoided. Thus, this discussion is already on the tips of the tongues of parents and children.

I do not believe, however, that most parents have an accurate idea of the existing dangers of the Internet and of how children should behave in response to those dangers. Perhaps this is why parents, as well as their children, report feeling safe, as shown in the study. I believe parental "patrol" is reduced to simply calling attention to, or making remarks about, the topic, instigated by the examples seen on television. Is this enough? Absolutely not.

In addition to the risks emphasized above, which must not be underestimated or neglected, I believe children are experiencing other types of risk, of a different order, which have more to do with the construction of their identity and their relationship with being and existing in collectivity. I am speaking of digital reputation, which is developed based on what is published, "liked," and shared on social networks; respecting others and the boundary between friendly

banter and cyberbullying; the perception of what is public and what is private; copyrights, plagiarism and the fever for creating memes (images, videos or good-humored catchphrases that tend to spread like a virus on the Internet, using images of acquaintances, peers and teachers).

Debate regarding such issues, whether at school or in the family, simply does not exist. This is a great incoherence, because for those children (and many adults, in fact), what is lived online, on social networks, can no longer be seen as a “parallel life,” as we referred to the Internet ten years ago. This is life in real time. Cases of cyberbullying, often through the creation of memes, are constantly rising. The boundary between public and private does not exist and is not even an issue for a greater part of this generation, as well as for many adults. Little, if anything, is said about limits.

Hypotheses? Many parents are not connected to social networks and, if they are, it is their first time dealing with a participative, interactive and instantaneous environment where it is possible to see oneself and others, an environment that allows us to direct the camera lens onto our own lives and expose our best angles, ideas, comments and images.

Most of the time, “problems” related to the actions of children on social networks are discovered and resolved in the classroom, if ever. At other times they end up in the hands of school administration and sometimes even at the police station. Such cases are common, but are dealt with carefully, because, as we know, they involve children and young people. At these times, parents, legal guardians, teachers and even the children themselves are shocked by the facts and their consequences. Such situations bring to light the space (or lack thereof) that parents or legal guardians are (un)occupying in their children’s lives. There is a new role that schools and teachers must take on, or else become increasingly remiss.

Early this year, I was a victim of memes myself. I use Facebook to communicate with my students, especially those in high school. Through a closed group, we found a quick and dynamic way to exchange information on classroom activities, answer questions and share files. It works pretty well. I used to meet with my class once a week, but now, through the Internet, we are connected all the time. This relationship seems to have brought me closer to my students. The social network ends up becoming an *agora* for sharing opinions, through which we can become more familiar with one another. During a holiday break, a group of students used a picture of me that had been taken at school and created a montage with the photo and a caption, a meme, making fun of my “strict” teacher demeanor, which demands attention, respect and dedication in the classroom. It was a harmless joke, within the context of our class. The image was meant to circulate only among the students; however, one of them shared it with a former student who decided to publish it on Facebook. A few moments later, I saw the photo on the network, not in the closed group. I was not upset. What student has never drawn a doodle of their teacher and passed it around the class? Times have changed. Technology is out there. Mobile phones, already mentioned here, take photographs unnoticed. Such pranks of yesterday and today (and tomorrow) are part of school culture. To go against this is a mistake.

I wrote a text to everyone involved explaining, once more, the hazards we face every day on social networks: Our lack of control of information published on the Internet. The consequences that a post can have on somebody’s image or reputation. In this case, it was nothing insulting, but it could have been. Once more, I discussed the responsibility that each person has for their actions, whose consequences may not be the best. Inside a private

group, that photo belonged to a context, a reality. Loose out there, it could generate different meanings. They understood my message and deleted the photo. Did any responsible become aware of what had happened? I doubt it.

I have come to observe more and more that the children of today, from an early age, carry with them a very strongly rooted position on the issue of privacy as a right. They hold very strong feelings on this matter! They are capable of arguing with logic and persuasion.

The old and simple “I want to” is now complemented with “I have the right to.” Yes, they have rights that have been increasingly recognized by national and international legislation. That is beyond dispute. What deserves to be reflected on – by parents, legal guardians, teachers and students together – are the limits of such rights. What are the limits of privacy, of freedom? Are children prepared to take responsibility for the consequences of such privacy or freedom? And what about their duties? To what extent does this logic – children as the bearers of rights – serve to justify adults not taking a position or getting involved in a positive and effective way in their children’s education? What is the adult’s role in this relationship?

In turn, in this universe of rights and privacy, some children – strongly encouraged by their schools, family, the media and the labor market in unison to be perfect and display even more creativity, autonomy and solidarity – have found, in social networks and the continuous and uninterrupted use of mobile technologies, interesting and positive ways to communicate, entertain, make money and once again, claim their rights. Mainstream media, which helps create a positive social representation in society on the benefits of that relationship, quickly socialize positive examples of technology used by these youngsters. Thus reinforcing the idea that children know better than anyone how to master the new languages.

Every time I write articles like this one, attempting to place this generation of boys and girls, the media, schools and family, within the historical and social context of the 21st century, a great friend of mine, also a mother, asks me, “So what then? What do I do?”

There are no answers because there are no formulas. All of the questions that we adults ask have been historically constructed. Such doubts exist because we are in an ongoing process of life and death of generations that, upon completing their respective cycles, create the bridge between the values and contexts of one era and the next. Moreover, the last three generations have been influenced by great inventions that have appeared in roughly two centuries only. Some examples include advertising, the telephone, radio, movie theaters, television, computers, the Internet, and mobile phones. Those generations that have had to adapt to different types of fads and technologies within a short period of time.

Everything suggests that the first decades of the current century will bring even more innovations. It is impossible not to experience them. To deny them. To forbid them. All we are left with is reflection. Dialogue. And today, within the context of these new times, dialogue with children. There is no more room for unilateral acts of persuasion. It is no wonder there are so many difficulties – which consistently grow – between parents and children. Dialogue is necessary, but not superficial dialogue. I am talking about critical dialogue, fostered both at school and in the family.

I believe that schools and families must commit themselves to contributing, more and more, to educating citizens apt for critical thinking. I do not refer to criticism as in censure, depreciation, but as in being capable of making compelling assessments, analyzing contexts,

undertones, the interests at play, and making connections and bridges. Without a doubt, this process is not learned overnight. It is a process also influenced by one's social, cultural and economic context.

Regardless of class, gender, race or age, all citizens can and must develop, exercise and practice critical thinking. However, there are not enough spaces for this to occur. There are not enough critical citizens educating new critical citizens. How can we blame parents, teachers, children if they did not/do not have the conditions/opportunities/paths to reach a better understanding of the world, of the current context, of life?

REFERENCES

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. TIC *Kids Brasil Online 2012*. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil. São Paulo: CGI.br, 2012. Disponível em: <<http://www.cetic.br/publicacoes/2012/tic-kids-online-2012.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2014.

THE ADOLESCENT'S INTERNET: A GREAT LIBRARY OF INFORMATION AND A PLACE FOR FRIENDSHIP

Mário Volpi¹

Although all life stages have their own significance, adolescence is a very important phase in human development. Its importance lies in the unfolding of three fundamental processes that constitute the individual: Autonomy, identity and interaction.

Autonomy relates to the capacity of individuals to make choices, constructing their own space beyond family and school and gradually taking charge of their own lives. The identity dimension is revealed by attempts to answer the relentless inner question: "Who am I?" Interaction allows adolescents to advance beyond relationships established in the family universe and to broaden their field of relationships to include new individuals and different social spaces, cultures and values.

On account of these processes and others that occur during this phase of development, it is important for family, society and government to provide adolescents with support. This allows adolescents to develop the abilities, skill and attitudes that will enable them to participate actively in society, helping to make it a better place for all.

The Internet has been developing into a field of interactions, experiences and knowledge that can contribute to adolescents broadening their universe of relationships, sources of knowledge and means of expression. It can also represent a space of vulnerability and exposure to situations of manipulation and abuse. What determines whether its use by adolescents will be positive or negative is not the Internet itself, as, to some extent, it reproduces the existing contradictions, conflicts and tensions of society. What makes a difference is the quality of information, support and mediation that parents, educators and other adults provide to adolescents so they can make the best of new information and communication technologies.

¹ Mário Volpi coordinates Unicef's Youth & Adolescent Citizenship Program in Brazil. He holds a degree in Philosophy and a Master's degree in Public Policy.

Regardless of the contradictions that emerge from adolescents' Internet use, it is important to establish what the UN Convention on the Rights of the Child² defined as the "right to freedom of expression and the right to communication." In Article 13, the Convention states: "The child shall have the right to freedom of expression; this right shall include freedom to seek, receive and impart information and ideas of all kinds, regardless of frontiers, either orally, in writing or in print, in the form of art, or through any other media of the child's choice." Furthermore, Article 17 states:

"States Parties recognize the important function performed by the mass media and shall ensure that the child has access to information and material from a diversity of national and international sources, especially those aimed at the promotion of his or her social, spiritual and moral well-being and physical and mental health."

Despite having been written 25 years ago, the Convention proves to be, in this specific field of communication, in clear harmony with the challenges of securing children's rights and protecting them against abuse. Article 16 expresses the following concern: "No child shall be subjected to arbitrary or unlawful interference with his or her privacy, family, home or correspondence, nor to unlawful attacks on his or her honor and reputation. The child has the right to the protection of the law against such interference or attacks." Undoubtedly, this principle is more current than ever, not only for routine matters in the real world, but especially for those regarding the virtual world.

In order to obtain more knowledge about this universe, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) has been developing studies to help understand how children interact on the web, especially through the ICT Kids Online Brazil survey. In order to enable comparability of its results with those of other countries, the age group addressed in the ICT Kids Online Brazil survey consisted of children aged 9 to 16 years; thus, Unicef and the Brazilian Institute of Public Opinion and Statistics (Ibope) conducted a specific study with adolescents in 2013, considering the age group of 12 to 17 years old, as established by the Brazilian Statute of the Child and Adolescent.

The ICT Kids Online Brazil survey, conducted for the first time in 2012, revealed that the virtual universe reproduces some aspects of existing social inequalities (CGI.br, 2013). By observing the location of access to the Internet by children, it follows that the poorer the family, the more expensive the access.³ While only 15% of classes A and B used the Internet at LAN houses, this figure reached 57% for classes D and E. Consequently, children from low-income families also relied on less parental assistance. While 18% of children in A and B class families perceived their parents as knowing little or nothing at all about their Internet activities, among classes D and E, this proportion reached 30%.

² The Convention on the Rights of the Child took place in 1989 and was signed by almost all UN member states. Only the United States and Somalia did not sign it. The concept of childhood also includes adolescence, as it refers to all individuals under 18 years old.

³ Considering that those who access the Internet at school, friends' or relatives' homes, or in public access centers generally do not pay for this access and those who access it at home do so through packages whose prices are proportionally lower than those charged per hour at LAN houses.

Another important aspect is that the highest percentage (16%) of children who declared “never having received any advice regarding safe Internet use from teachers, other relatives, television, radio, or newspapers, the library and other groups” was found among 9- and 10-year-olds, which is precisely the audience that most needs mediation, information and support.

When asked about how they perceived their skills for using web resources – such as: “bookmark a website/add to favorites”; “block messages from someone”; “find information on how to use the Internet”; “change privacy settings on a social network profile”; “delete the record/history of websites visited”; “block unwanted adverts or junk mail/spam”; “compare different websites to decide if information is true”; and “change filter preferences,” – girls displayed more skill than boys. Only in the case of “block messages from someone” did a higher percentage of boys report having this skill.

Internet use as a supporting tool for pedagogic processes at school is still not much explored, especially for children of lower-income families. Nevertheless, according to the ICT Kids Online Brazil 2012 results, nearly half (49%) the children used the Internet “once or twice a week” for school work.

ADOLESCENTS ON THE INTERNET

The study undertaken in 2013 by Ibope for Unicef (UNICEF, 2013) included adolescents aged 12 to 17 years. The results of this study confirmed and clearly outlined the issue of inequality of Internet access and use.

Considering that Brazil has nearly 21 million adolescents, the study found that 30%, that is, more than 6 million adolescents, had not accessed the web during the previous three months. It is as if an entire country, like Paraguay, for example, were excluded from the Internet. This group was composed primarily of adolescents from the North and Northeast regions of the country, blacks and indigenous peoples, from lower-income families and with lower schooling levels.

While 80% of adolescents from classes A and B had access to the web in their own household, in classes D and E this figure was only 27%. The Unicef/Ibope⁴ study confirms that poorer adolescents, in addition to having less Internet access, pay more to use it. Entertainment (76%), friendship (66%), school work (61%) and searching for information (40%) were the online activities most mentioned by adolescents.

In order to obtain information on the precautions adolescents take when using the Internet, the study investigated the disclosure of their location when using social networking websites. Most of those interviewed (65%) stated that they never offered this information, and 24% only say where they are under certain conditions. Only 10% of those interviewed stated they always indicate their location when using social networking websites. This behavior, however, is not homogeneous throughout Brazilian regions. While only 7% of adolescents in the South region always indicate their location, this figure rises to 22% in the North region.

⁴ To facilitate mention of this study we will use the acronym Unicef/Ibope. The complete research report is available at <<http://www.unicef.org.br>>.

Regarding disclosure of phone numbers in their profiles, most of those interviewed (75%) stated they had never done so. Under some conditions (when it was someone they trusted or when someone asked them), 15% released this information and only 10% of adolescents always included their telephone numbers in their profiles.

Setting up a personal meeting with someone met over the Internet can represent exposure to a situation of vulnerability. Although most adolescents who had their own social networking profiles (61%) were not in the habit of meeting people through social networks, a high percentage (39%) had experienced this situation. Such meetings were more common among boys (48%) than girls (31%), and were more frequent in cities (40%) than in rural areas (31%).

Of those interviewed, 19% reported visiting sites with sexual content not recommended for persons under the age of 18.

The percentage of adolescents who reported having suffered discrimination on the Internet was 6%. When asked if they had ever felt discriminated against, regardless of the environment, 14% of those interviewed answered affirmatively. When discrimination was analyzed by color/race, it became clear that black adolescents⁵ suffered a greater degree of racial discrimination online (46%). In order to understand this observation, it must be clarified that 6% of those surveyed reported having suffered some type of discrimination online, but when the question referred specifically to racial discrimination, only 2% of Whites reported having suffered this type of discrimination, compared to 46% of Blacks.

Still within the limited universe of the 6% who reported having suffered some kind of discrimination, the largest subgroup (25%) among them was made up of adolescents who felt discriminated against for being young. Another 14% felt discriminated against for being poor, 13% for being Black and 11% felt discriminated against due to their clothes.

Another aspect investigated by the Unicef/Ibope study was whether adolescents had experienced some bothersome situation on the web. In this case, it could be related to any other person. Answers indicated that: 14% knew somebody who had been insistently approached by a stranger; 10% had seen someone be approached with sexual or pornographic content; 27% had seen someone be discriminated against on account of their race/skin color; and 22% had seen someone be disrespected for being homosexual.

As to parental mediation regarding adolescent Internet use, the study found that 46% of adolescents reported that their parents do not assist or control them in any way. However, when asked where they would seek support should they suffer any sort of violence online, 77% mentioned their parents; 9%, friends; 6% would report it on the web itself; 5%, the police; and 1%, educators.

⁵ The expressions “black” and “brown-skinned” to identify the black population were used only to ensure some comparability with other studies.

THE INTERNET FROM THE ADOLESCENT'S POINT OF VIEW

The data above demonstrated that both the ICT Kids Online Brazil and Unicef/Ibope studies revealed an environment of concern and opportunity. If, on the one hand, children and adolescents are exposed to vulnerability and risk, on the other, there is growing awareness of the fact that the Internet is a field to be explored in order to broaden their sources of knowledge and spaces for socialization and entertainment.

Considering the Unicef/Ibope study, 77% of adolescents reported that there should be a greater degree of control over the Internet, although 81% of them stated that the responsibility for safety lies with users themselves; 53% stated that companies also have their share of responsibility; and 45% expected the government to take responsibility for regulating Internet use.

Adolescents' point of view about the Internet tends to value its positive aspects. Considering the results of focus groups conducted by Unicef before the Unicef/Ibope survey, adolescents were given a list with nine phrases, and were asked to state whether they agreed or disagreed. The phrase with which they most agreed was "the Internet is a great library of information" (92%). In second place (87%), they mentioned "a place for friendship, where adolescents are informed about things through contact with friends." The phrase "a path for professional advancement" obtained 79% approval and "a place that allows for contact with other peoples" obtained 77%.

Regarding those excluded from the Internet, Unicef/Ibope survey observed that 78% would like to have access to it and 23% had no interest in doing so. The most common reasons for not having Internet access were: 70% do not have somewhere to access it; 68% declared not having any computer skills; and 58% could not pay for access. When asked what they would like to do if they had Internet access, most answered: play games, contact friends and relatives and search for information related to school work.

When asked how they felt about not having access to the web, 31% replied that they were indifferent or did not care, and 23% stated they had no need for the Internet. Others reported feeling ashamed or embarrassed (27%), ignorant or uninformed (22%), outside of their group or excluded (17%), and other expressions (8%).

The speed with which change occurs on the Internet does not allow for any closed conclusions. However, the data available up to the present reveal a great field of possibilities for adolescent development. It is up to families, society and government to create conditions so that Internet use is safe and accessible to all.

REFERENCES

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE. *ICT Kids Online Brazil 2012: Survey on Internet use by children in Brazil*. São Paulo: Brazilian Internet Steering Committee, 2013.

UNICEF: *O uso da internet por adolescentes*. Brasília: Unicef, 2013. Available at <<http://www.unicef.org.br>>. Accessed on May 22 2014

***ICT KIDS ONLINE
BRAZIL 2013***

METHODOLOGICAL REPORT ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2013

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 second 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, thus 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, having collected 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.

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 of the survey are as follows:

- To understand how children access and use the Internet and how they perceive the content accessed, as well as its online risks and opportunities.
- To outline the experiences, concerns, and practices of parents and legal guardians regarding their children's use of the Internet.

CONCEPTS AND DEFINITIONS

- **Census enumeration area:** According to the Brazilian Institute of Geography and Statistics' (IBGE) definition of Demographic Census, a census enumeration area covers the smallest territorial unit comprised 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 has 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 2013 was BRL 678.00. 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 synthesized 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 comprised Brazilian children aged 9 to 17 years who are Internet users.

In the 2012 edition, the survey's target population comprised individuals aged 9 to 16 years. In order to include the adolescent population in its entirety, as defined by the Brazilian Statute of the Child and Adolescent (ECA), the survey's target population was broadened in 2013 to include 17-year-olds.

UNIT OF ANALYSIS

The survey's unit of analysis comprises Brazilian 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 are 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.

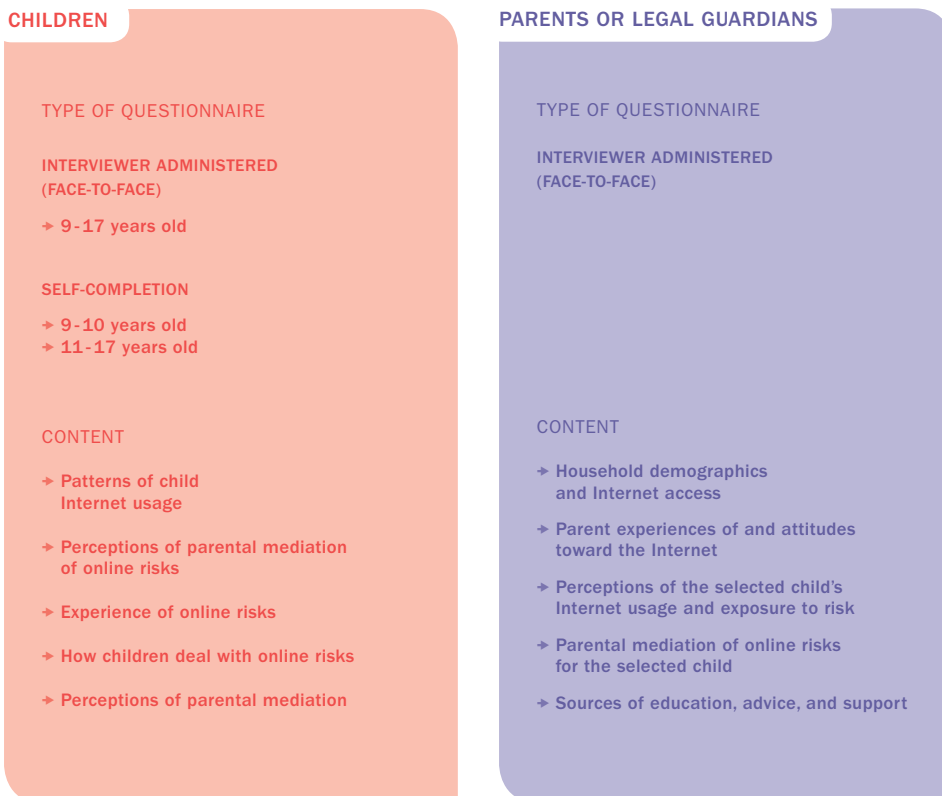
DATA COLLECTION INSTRUMENTS

INFORMATION ON DATA COLLECTION INSTRUMENTS

Data were collected through questionnaires with preset structured questions (single or multiple answers). Children answered two different 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, thus providing a more comfortable environment for the respondents. Self-completion questionnaires were adapted and designed according to the profile of the two different age groups. Thus, 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). All questionnaires were administered on paper (Paper and Pencil Interviewing – PAPI).

FIGURE 1
INFORMATION ON THE QUESTIONNAIRES OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2013 SURVEY



CHANGES IN DATA COLLECTION INSTRUMENTS

In order to improve the data collection instrument and enrich respondents' comprehension of the questions, the 2013 edition made changes to the wording of some of the questions and included new ones in both the instrument administered to children and that administered to parents or legal guardians.

Specifically, in the questionnaire administered to children aged 9 to 17 years (face-to-face), the 2013 survey included questions regarding types of devices present in respondents' households, their individual or shared use, as well as permission to take such devices into their own rooms. Furthermore, this edition collected data on the type of connection used by children to access the Internet on their mobile devices.

For children aged 11 to 17 years (face-to-face), new Internet activities were included in module B, such as conducting Internet phone or video calls, purchasing products or services on the Internet, and using search engines to look up content. In module C, the survey included questions on creating social networking profiles and how children interact with advertisements and publicity on social networks.

Moreover, new questions exploring the theme of consumption were introduced, and these were grouped in module F. The new indicators covered aspects such as type of advertisement or publicity with which children have come in contact, their perception regarding advertisements seen on communication media, and bothersome or embarrassing situations related to such exposure. There were also questions regarding online searches for information on brands or products, and purchases conducted through online games.

In general terms, the questionnaire administered to parents or legal guardians did not undergo great changes. Some of the answer options included explored themes such as consumption and online games. At the end of the questionnaire, new questions were included, aimed at investigating parent perceptions of their children's exposure to and interaction with publicity, as well as other themes related to consumption on the Internet.

Lastly, 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 question and answer options were tested in order to establish the most appropriate choice for respondents.

In the 2013 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 comprised four Internet users aged 9 to 10 years and nine users aged 11 to 17 years, as well as seven parents or legal guardians with children in these same age groups. Priority was given to socioeconomic classes C and D.

In addition, 10 field pre-test 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. Four interviews were conducted with parents or legal guardians, some of whom were Internet users and some of whom were not, with three children aged 9 to 10 years, and three more tests with children aged 11 to 17 years.

SAMPLE PLAN

The sample 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 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 respective parents or legal guardians was foreseen.

The allocation of the 300 census enumeration areas and the 150 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, considering the 25 geographical strata created (capitals, metropolitan regions, and countryside, in urban and rural areas). Ten interviews were foreseen by sector and two sectors per municipality. None of the selected units were replaced.

SAMPLE ALLOCATION

Sample allocation for the ICT Kids Online Brazil 2013 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.

The interviews were conducted in 129 municipalities across the country, with 10 interviews in each selected census enumeration area.

TABLE 1
DISTRIBUTION OF INTERVIEWS BY GEOGRAPHIC REGION AND ICT STRATA

Region	ICT Stratum	Population aged 9-17	Population aged 9-17 (%)	Kids Online Brazil Sample	%
North		3 111 672	10%	400	13%
1	Rondônia/Roraima/Acre/Amapá/Tocantins	921 992	3%	120	4%
2	Amazonas – Total	706 445	2%	100	3%
3	Pará – Total	1 483 235	5%	180	6%
Northeast		9 386 184	32%	800	27%
4	Maranhão – Total	1 280 858	5%	100	4%
5	Piauí – Total	552 289	2%	60	2%
6	Ceará – Total	1 522 381	5%	120	4%
7	Pernambuco – Total	1 487 098	5%	120	4%
8	Rio Grande do Norte – Total	531 760	2%	60	2%
9	Paraíba – Total	630 243	2%	60	2%
10	Alagoas – Total	597 554	2%	60	2%
11	Sergipe – Total	371 984	1%	60	2%
12	Bahia – Total	2 412 017	8%	160	5%
Southeast		10 664 261	36%	940	31%
13	Minas Gerais – Belo Horizonte – Metropolitan Region	714 235	2%	80	3%
14	Minas Gerais – Countryside	2 015 495	7%	180	6%
15	Espírito Santo – Total	541 151	2%	60	2%
16	Rio de Janeiro – Rio de Janeiro – Metropolitan Region	1 518 557	5%	140	5%
17	Rio de Janeiro – Countryside	559 663	2%	60	2%
18	São Paulo – São Paulo – Metropolitan Region	2 550 706	9%	200	6%
19	São Paulo – Countryside	2 764 454	9%	220	7%
South		4 133 279	14%	460	15%
20	Paraná – Total	1 639 683	6%	180	6%
21	Santa Catarina – Total	941 029	3%	100	3%
22	Rio Grande do Sul – Total	1 552 567	5%	180	6%
Center-West		2 252 838	8%	400	14%
23	Mato Grosso/Mato Grosso do Sul – Total	909 321	3%	140	5%
24	Goiás – Total	951 065	3%	140	5%
25	Federal District – Total	392 452	2%	120	4%
National Total		29 548 234	100%	3 000	100%

SAMPLE SELECTION

The sample design for the ICT Kids Online Brazil 2013 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, on 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). Parents or legal guardians who answered the survey were not selected and consisted of the one best-informed on the child's routines 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 is comprised of 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 (MR): São Paulo, Rio de Janeiro, and Belo Horizonte. Strata 1 and 2 were definitely included in the sample. The distribution of interviews within the MR 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 by implicit stratification by mesoregion, in order to ensure 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 code, which consists of the FU, city, district, sub-district, and neighborhood codes. Following implicit stratification, the selection was made by 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 jump was defined based on the eligible population (children aged 9 to 17 years who are Internet users) for each federative unit, using data from the National Household Sample Survey (PNAD).

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 household;
- Household empty, unoccupied, or used only temporarily during the holiday season;
- Location used as a commercial facility, church, or school;
- 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 – an interview was conducted with the child and a parent or legal guardian. 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 September 2013 and January 2014.

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 hot site with frequently asked questions – FAQ Website was created;¹
- 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 to respondents after survey completion.

SAMPLE PROFILE

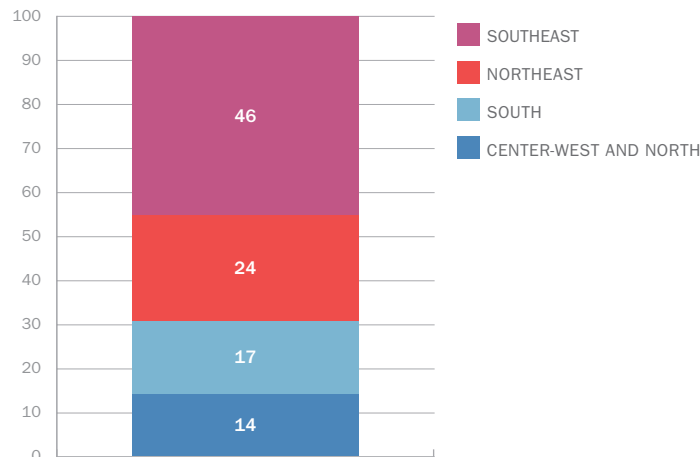
The survey was conducted with 4,522 respondents: 2,261 children who were Internet users and 2,261 parents or legal guardians. Interviews were carried out in 2,261 households across Brazil.

This section shows the sample profile of households and Internet users aged 9 to 17 years.

Region

Regarding the household geographic location, 46% were in the Southeast of the country, 24% in the Northeast, 17% in the South, and 14% in the Center-West.

CHART 1
SAMPLE PROFILE BY REGION

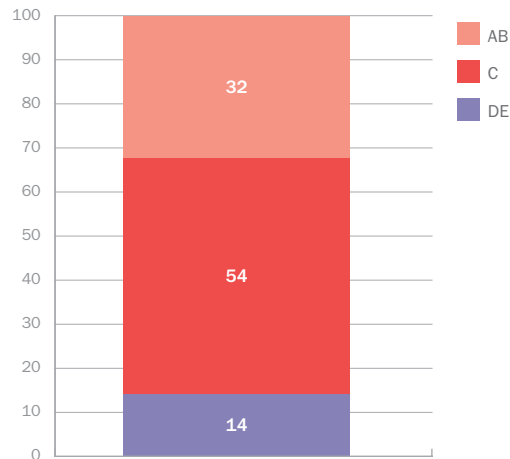


¹ See: <<http://www.cetic.br/kidsonline>>.

Social class

A breakdown of the profile of households by social class, based on the Brazilian Association of Research Companies (Abep) criterion, shows that 54% of the households were classified as class C, 32% as class AB, and 14% as class DE.

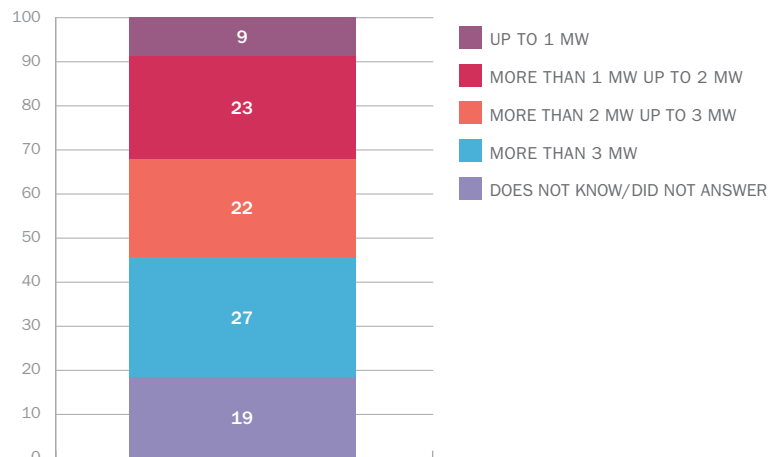
CHART 2
 SAMPLE PROFILE BY SOCIAL CLASS



Family income

Family income data show that 9% of sample households had household incomes of up to 1 minimum wage, 23% more than 1 up to 2 minimum wages, 22% more than 2 up to 3 minimum wages, 27% above 3 minimum wages, and 19% did not know.

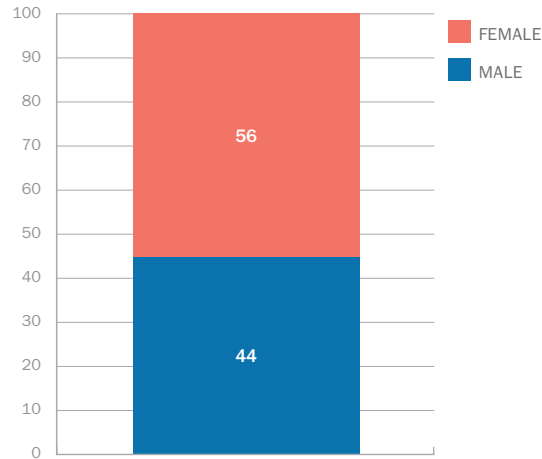
CHART 3
 SAMPLE PROFILE BY FAMILY INCOME



Sex of child

Among the children interviewed 56% were girls and 44% were boys.

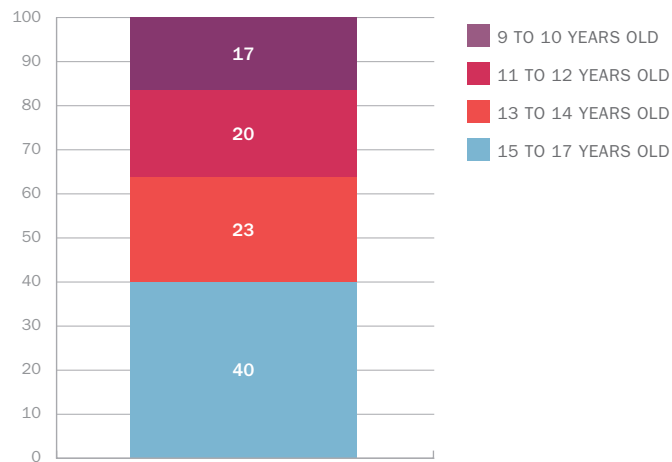
CHART 4
SAMPLE PROFILE BY SEX OF CHILD



Age group of child

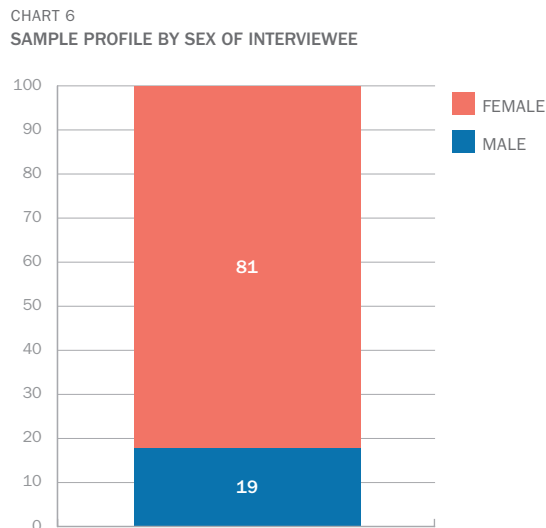
The breakdown for age group was as follows: 17% of the sample were aged 9 and 10 years, 20% aged 11 and 12 years, 23% aged 13 and 14 years, and the remaining 40% aged 15 to 17 years.

CHART 5
SAMPLE PROFILE BY AGE GROUP OF CHILD



Parents or legal guardians

Regarding parents or legal guardians, 81% of respondents were female and 19% 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 selection was intentional and based on those individuals who knew more about their children's routine and Internet usage.



DATA PROCESSING

WEIGHTING PROCEDURES

Inclusion probability calculations consider the selection method; hence the three stages of the survey were weighted. For Stages 1 and 2 – i.e., selection of municipalities and sectors – weights were calculated based on the aforementioned approach. Each sampling unit (municipality and sector) was assigned a weight proportional to the relative size of the population aged 9 to 17 years in the respective unit, based on the stratification.

For Stage 3 – i.e., household selection by systematic sampling –, inclusion probabilities considered three factors in the selection probability:

- Probability of being visited;
- Probability of being eligible when visited;
- Probability of an interview, provided that both previous factors are met.

The product of the three probabilities was the basis for the calculation of the probability of an interview in an eligible household, and the inverse probability was the base weight used for sample expansion in the third stage. As such, nonresponse was considered in the probability calculation, which stressed the need for maximizing efforts to obtain interviews. Lastly, the fourth stage was weighted by considering the probability of a child being selected in a household.

Weighting stage 1

Given that D_{ij} is the j^{th} household located in sector i , to calculate the sample weight of a household, one must apply a three-stage algorithm.

Calculation for the probability of selection of municipality k in the ICT:

$$\Pr(M_k \in s) = n \times P_k / P$$

where:

M_k is the k^{th} municipality in the ICT selection stratum;

s is the sample of municipalities selected in the ICT selection stratum;

n is the number of municipalities selected in the ICT selection stratum of municipality k ;

P_k is the size (population) of the k^{th} municipality in the ICT selection stratum;

$P = \sum_{k \in U} P_k$ is the sum of the sizes (population) of municipalities in the ICT selection stratum; and

U represents all municipalities in the ICT selection stratum.

Weighting stage 2

Calculation for the conditional probability of selection of sector i in selected municipality k :

$$\Pr(S_{ki} \in s_k) = m_k \times D_{ki} / D_k$$

where:

S_{ki} is the i^{th} sector of municipality k ;

s_k is the sample of sectors of municipality k ;

m_k is the number of sectors selected in the municipality to which the sector belongs;

D_{ki} is the size (number of permanent private households) of the i^{th} sector of municipality k ;

$D_k = \sum_{i \in U_k} D_{ki}$ is the sum of the sizes of all sectors in municipality k ; and

U_k represents all sectors in municipality k .

Weighting stage 3

Calculation for the conditional probability of selection of household j in sector i of municipality k :

$$\Pr(d_{kij} \in s_{ki}) = \frac{n_{ki}}{N_{ki}} \times \frac{m_{ki}}{n_{ki}} \times \frac{a_{ki}}{m_{ki}}$$

where:

d_{kij} is the j^{th} household in sector i of municipality k ;

s_{ki} is the sample of households in sector i of municipality k ;

n_{ki} is the number of households systematically selected in sector i of municipality k ;

N_{ki} is the number of existing households in sector i of municipality k ;

m_{ki} is the number of eligible households in sector i of municipality k ; and;

a_{ki} is the number of households interviewed in sector i of municipality k .

In the calculation, the first factor of the product is the probability of an address being selected in the sector. The second factor is the probability of an address being a household. The third factor is the probability of a household being effectively interviewed.

In order to calculate the base weight of the design for an interviewed household, the selection probabilities calculated in the three stages must be multiplied, and then the inverse of this product must be calculated.

Weighting stage 4

For children's indicators, the conditional probability of selecting a child in household j of sector i of municipality k was also calculated. This considered the probability of a child in a household being selected.

The weights of the answers given by parents or legal guardians were calculated based on the weights of the children, given that selection of the parent or legal guardian was conducted based on the random allocation of the children.

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 estimate are usually presented, such as standard deviation, coefficient of variation, and confidence interval.

Calculating the margin of error multiplies 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

Data and results of this survey were presented in accordance with the variables described in Domain 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,” or “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 of 100% in single-answer questions. The sum of frequencies in multiple answer questions usually exceeded 100%.

Data and results of the ICT Kids Online Brazil 2013 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.

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.

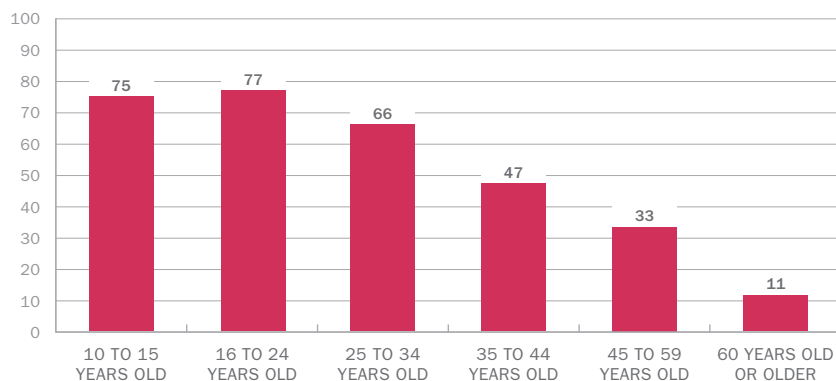
ANALYSIS OF RESULTS

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2013

PRESENTATION

The emergence of digital media, particularly new information and communication technologies (ICT), has been reshaping communication and social interaction practices in the daily lives of young Internet users (BELLONI, 2007). It is known that children are coming into contact with the digital world at increasingly earlier ages and with greater intensity. The ICT Households Survey has indicated throughout its editions that the percentage of 10- to 15-year-old Internet users has remained above the average for the population as a whole¹. In 2013, while 51% of Brazilians were considered Internet users, this proportion was 75% among children from 10 to 15 years of age (Chart 1).

CHART 1
PROPORTION OF INTERNET USERS, BY AGE GROUP (2013)
Percentage of the total population



SOURCE: ICT HOUSEHOLDS 2013 (CGI.br, 2014).

Among the changes that Internet use may engender for children are countless opportunities for development, socialization, knowledge-building, information access and other possibilities (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014). However, accessing and using digital media often comes

¹ Based on the Brazilian population aged 10 years or older.

with hazardous situations, whether technical in nature, such as viruses and spyware, or related to exposure to content deemed inappropriate. Therefore, it is essential to understand how children use the Internet in order to develop strategies and policies aimed at maximizing the benefits and opportunities and minimizing the risks and potential harm associated with this experience.

The emergence of digital media also represents an opportunity to promote the rights of children, as defined by the United Nations Convention on the Rights of the Child. In particular, Articles 13 and 17 establish the right of children to access information through different sources, including the Internet. Article 12, in turn, reinforces the right of children to freely form and express their views and opinions. In this regard, as various societies place greater emphasis on the rights of children, it arises a latent demand for research that examines young people as actors – and active subjects – in their development and socialization process (BELLONI, 2007), collecting information on their views, opinions, attitudes and behavior (DE LEEUW et al., 2002).

Thus, in continuation of its mission to provide input for discussion of ICT access and use by children in Brazil, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) conducted the second edition of the ICT Kids Online Brazil Survey in 2013. With the main objective of mapping opportunities and risks related to Internet use by Brazilian children, the survey provides essential information for understanding the phenomenon, as well as for the design, implementation and evaluation of public policies that address the concerned issue.

Similar to the 2012 edition, the survey continues following the methodological framework developed by the EU Kids Online network², led by the London School of Economics and Political Science. In order to understand the adolescent population as a whole, in accordance with the Brazilian Statute of the Child and Adolescent, the ICT Kids Online Brazil 2013 survey started to include in its sample 17-year-olds³.

This report provides a brief description of the main indicators from the ICT Kids Online Brazil 2013 survey and covers the following themes:

- 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.

INTERNET ACCESS AND USE

² More information about the research parameters can be found at <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>.

³ In the 2012 edition, the target audience of the survey was Internet users aged 9 to 16 years.

HIGHLIGHTS ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2013

INTERNET USE BY CHILDREN

A significant number of Brazilian children access the Internet via desktop computer (71%). However, Internet access via mobile devices is increasing among this public – in 2013, 53% of children who used the Internet accessed it with mobile phones, whereas this percentage was 21% in 2012. In turn, Internet access via tablet (16%) appears to be a growing trend: in 2012, tablets were cited by 2%. PAGE 236

SOCIAL NETWORKS AND OTHER ONLINE ACTIVITIES

The presence of Brazilian children on social networks increased last year: 79% of Internet users between ages of 9 and 17 had their own profile on the social networking website they most used – an increase of 9 percentage points in relation to 2012 (70%). Among those who had their own profile, 77% cited Facebook as the main social networking website used. Other important activities carried out by children on the Internet were: use of the Internet for school work (87%), watching video clips (68%) and downloading music or movies (50%). PAGE 245

SKILLS FOR CRITICAL USE OF THE INTERNET

More than half (58%) of Internet users aged 11 to 17 years said they know how to change the privacy settings in their social networking profile. Furthermore, 42% of Internet users between 11 and 17 years of age declared they know how to compare different websites to find out if the information is true, while 39% of children claimed to know how to block undesirable ads or junk mail. PAGE 249

MEDIATION BY PARENTS/LEGAL GUARDIANS

In terms of parental mediation, the most frequently cited action was talking with their children about what they did on the Internet (81%). 43% of parents and legal guardians answered that they did activities together with their children on the Internet. When asked about the risks encountered online, only 8% of parents/legal guardians believed that their child or the one in their care had been subjected to an unpleasant or uncomfortable situation. PAGE 254

CONSUMPTION AND EXPOSURE TO ADVERTISING

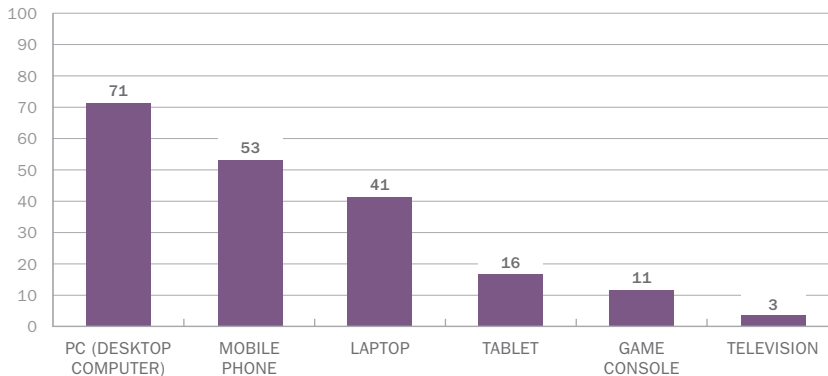
A significant number (85%) of Internet users aged 11 to 17 years said they had seen publicity or advertising on television. On social networking websites, the percentage was 61%. In turn, exposure to advertising on Internet gaming websites was mentioned by 30% of children. The interaction of young Internet users with advertising on social networks is significant. Among those who had their own profile on social networking websites, 57% claimed to have liked, 36% shared, 21% not liked and 20% blocked certain advertising or publicity to which they had been exposed on social networks. PAGE 246



The social context of Internet use is an important factor that influences the online experiences of children and, more specifically, the conditions under which they take advantage of opportunities and are exposed to possible risks associated with Internet use (LIVINGSTONE et al., 2011). Internet access via mobile devices, for example, when compared to access using equipment with restricted mobility (such as desktops), constitutes a more personal, private and flexible use of media, especially in terms of location and frequency of use. In this sense, the “privatization” of ICT use gives rise to new dynamics of freedom, privacy, socialization and mediation by parents, legal guardians and teachers (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014).

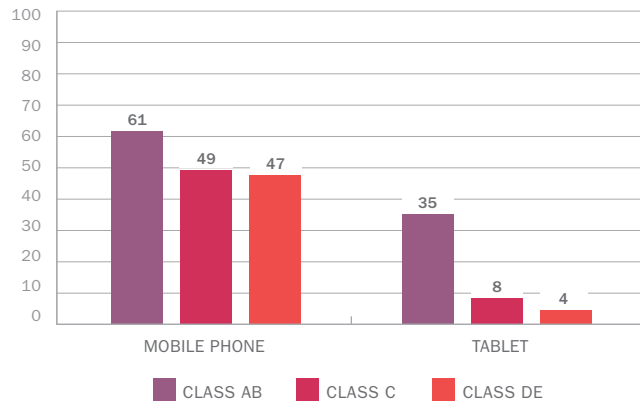
In Brazil, the growing trend toward using mobile devices is one of the main findings of the ICT Kids Online 2013 survey. Even though desktop computers continued to be the most used equipment (cited by 71% of Internet users aged 9 to 17 years), an important increase was noted in access via mobile phones (53%) and laptops (41%). Regarding mobile devices, the results also indicated that 16% of children accessed the web through tablets, an increase of 14 percentage points in relation to the previous year (Chart 2). However, it is worth noting that, as with the trend detected in 2012, mobile access was higher among 13- and 14-year-olds (60%) and among those aged 15 to 17 years (65%).

CHART 2
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



Mobile phone use grew considerably in every social class, but there were still significant differences in terms of access to this device. While 61% of children from class AB used mobile phones for connecting to the Internet, only 47% from class DE did so. This difference was even more apparent when considering the use of tablets: 35% for class AB and 4% for class DE (Chart 3). Thus, the survey data indicates that socioeconomic inequalities in Brazil also constitute an important challenge to providing equality of access to the digital world for all users. This barrier can also be noted in access to mobile media.

CHART 3
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET, BY SOCIAL CLASS (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



Most children share ICT devices with other members of the household, whether it is a desktop computer (87%), laptop (83%) or tablet (65%). The exception concerns mobile phones, where individual use was more frequent (61% of children had a personal mobile phone).

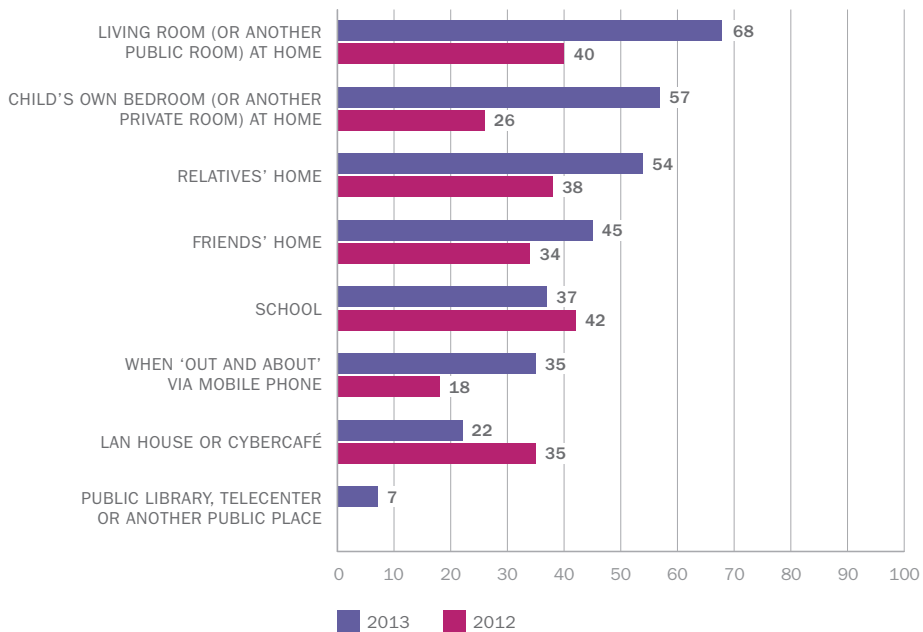
Overall, the profile of Internet use and the devices used for this access have relevant implications for aspects regarding privacy of use and mediated use of the Internet. The data from the ICT Kids Online Brazil 2013 survey revealed that a large percentage of children accessed the Internet through mobile devices, such as mobile phones and tablets, and tended to use the Internet more privately, which makes monitoring and mediation by parents, teachers and other legal guardians more complex.

LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET

In general, the results of the ICT Kids Online Brazil 2013 survey pointed to increased Internet use within the home. It can be noted that the living room, or another social area at home, continued to be the most cited location: 68% of children said they accessed the web from this room, an increase of 28 percentage points in relation to 2012. However, increased Internet access from bedrooms or other private areas at home is quite noteworthy. In 2013, the ICT Kids Online Brazil survey found that 57% of children accessed the Internet in a private location (their bedroom or another private room in the house), whereas in 2012 this percentage was 26%. Due to increased Internet access from within the home, the use of public centers for paid Internet access, such as LAN houses and cybercafés, dropped significantly, going from 35% in 2012 to 22% in 2013 (Chart 4)⁴. It is worth pointing out, however, that this trend was manifested not only among children, but was also observed in the population of Internet users aged 10 years or over, as pointed out by the ICT Households survey (CGI.br, 2014).

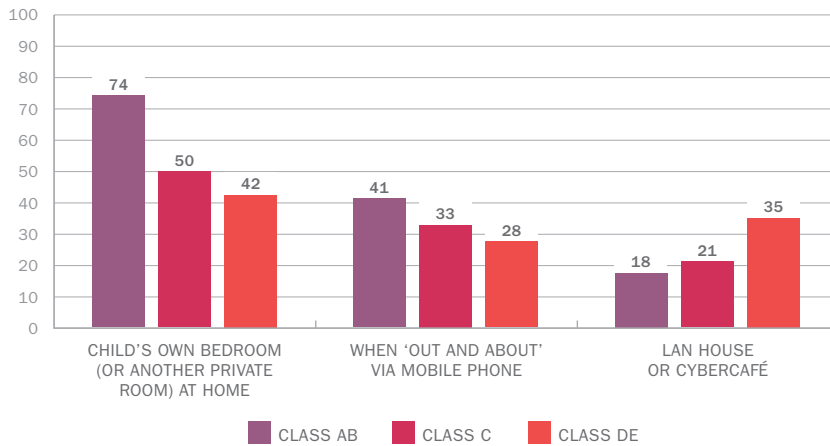
⁴ In 2012, the response options 'Public library or any other public location' and 'Telecenter' were collected separately, making comparisons between the two years impossible.

CHART 4
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



The socioeconomic aspect also had an influence on location of Internet use by children. It was noted that the use of LAN houses was more prevalent among young Internet users from lower social classes as opposed to other classes, even though it was reported that this type of point of access had dropped considerably since the last edition of the survey. In 2013, 35% of young Internet users from class DE accessed the Internet from LAN houses, while only 18% of those from class AB did so (Chart 5). In turn, Internet access via mobile phone had grown by 17 percentage points in class DE since the last survey and access with greater privacy – from the child's bedroom or another private area of the home – rose 31 percentage points. Thus, mediation strategies in this more private scenario of use are equally challenging for parents and guardians of all social classes.

CHART 5
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET, BY SOCIAL CLASS (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



It is important to emphasize that the most frequent locations of Internet access – the child’s bedroom or access when “out and about” via mobile devices – provide users with greater privacy. This transformation in patterns of use, which involves changes in both devices and locations of access, undoubtedly represents a challenge for parents and legal guardians in terms of mediation of Internet use (HELSPER et al., 2013).

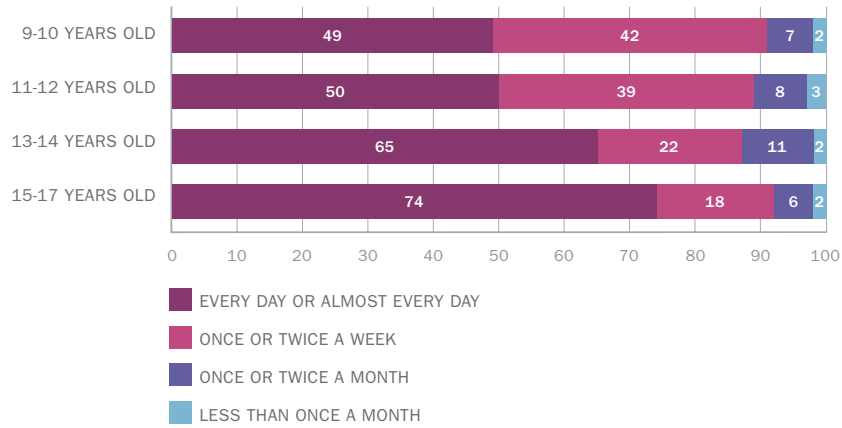
In this regard, the significant increase in mobile access also means heightened exposure to opportunities and risks on the web. Therefore, greater thought must be given to different forms of mediation, not necessarily limited to the technical restrictions or the presence or absence of parents or legal guardians at the time of Internet use.

FREQUENCY OF INTERNET USE

In addition to increased Internet access via mobile devices, higher Internet use frequency was noted in 2013. Among young Internet users, a significant number reported that they accessed the web frequently: 63% went online every day or almost every day, an increase of 16 percentage points in relation to the previous year. Consequently, the number of young people who used the Internet less frequently has dropped: 27% of children went online once or twice a week and 8% did so at least once a month.

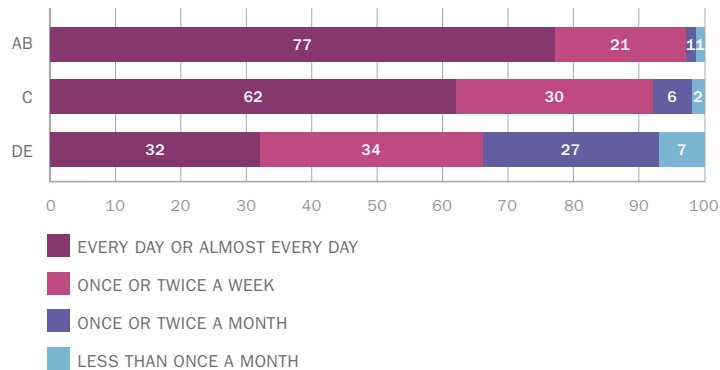
It is important to mention that demographic aspects, such as age group, have a significant influence on the frequency of Internet use: whereas 49% of 9- and 10-year-olds accessed the Internet every day or almost every day, this percentage rose to 74% among 15- to 17-year-olds (Chart 6). Data from the ICT Kids Online Brazil survey indicates, therefore, that young people from the upper age groups use the web more often, thereby exposing them to greater opportunities and potential online risks.

CHART 6
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE, BY AGE GROUP (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



The socioeconomic aspect represents another factor influencing frequency of Internet use by children. In relation to social classes, the same pattern was noted in 2013 as in 2012: the higher the social class, the more often the child accessed the web. Whereas 77% of children from class AB accessed the Internet daily, this percentage was only 32% in class DE (Chart 7). Reflecting relevant aspects related to Internet access, such as location and variety of devices used to browse the network.

CHART 7
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE, BY SOCIAL CLASS (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



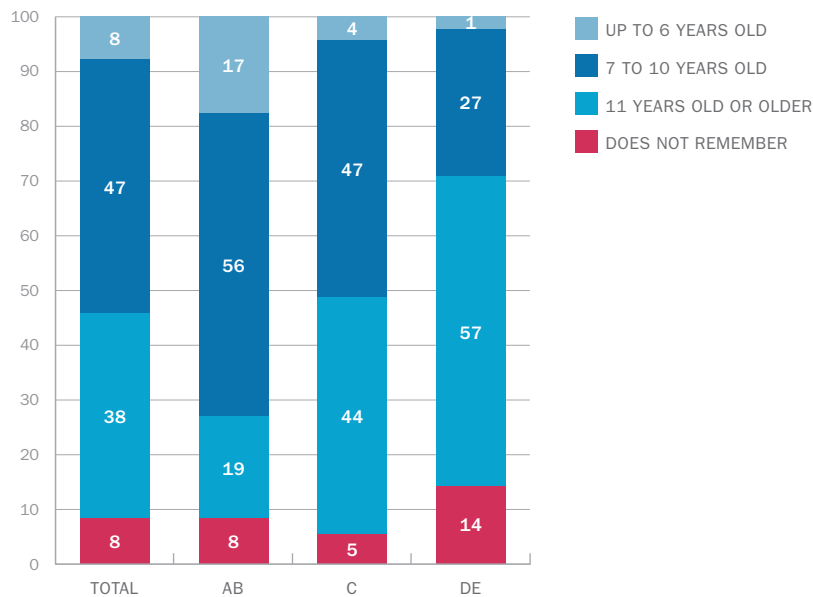
In addition to frequency, the time that children spend online also reveals important aspects about their profile of Internet use. On weekdays, 12% of children reported that they were connected to the Internet for more than four hours per day. On weekends, the length of time children stayed online was higher: the percentage of children who said they stayed online for over four hours per day was 19%.

In relation to the number of hours spent on the web, it was found that children from higher social classes spent more time online than those from other social classes. While 32% of young Internet users from class AB claimed to spend four hours or more online on a normal weekend day, this percentage was only 16% for class DE.

When comparing the different age groups, it was noted that 14% of 9- and 10-year-olds reported that they spent four hours or more online on a normal weekend day. This percentage rose to 44% for 15- to 17-year-old adolescents.

The results of the ICT Kids Online Brazil 2013 survey also revealed that 65% of children accessed the Internet for the first time by age 11. The socioeconomic factor is also relevant in terms of age of first access. The 2013 data showed that, while 17% of children from class AB accessed the Internet for the first time by age 6, this percentage was only 1% in class DE (Chart 8). In this regard, it is also important to emphasize that age of first Internet access, as well as duration of time online, are factors that can influence the development of skills for a critical, independent and safe use of the Internet (PONTE; SIMÕES, 2013).

CHART 8
PROPORTION OF CHILDREN BY AGE OF FIRST ACCESS TO THE INTERNET, BY SOCIAL CLASS (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old

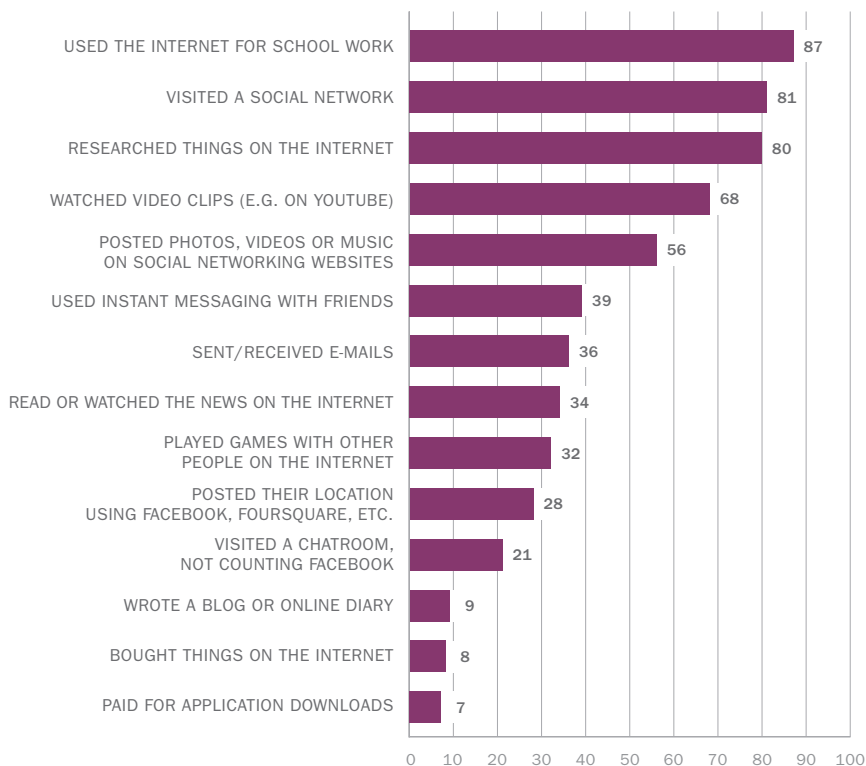


ONLINE ACTIVITIES

It is known that Internet use can provide children with opportunities to develop and socialize, but also risky situations that can lead to negative experiences. It is not ideal, however, to classify online activities as necessarily beneficial or risky. Since children engage in a wide variety of activities on the web, they tend to be more exposed to risks. On the other hand, the experience they acquire is crucial for them to be better prepared to deal with this type of situation (LIVINGSTONE et al., 2012). Within a context of access to digital tools that are more personal, private and flexible, it becomes even more essential to carefully monitor children's habits and activities online.

In Brazil, the results of the ICT Kids Online 2013 survey indicated that children and adolescents engaged in a diverse range of activities online – particularly those related to searching for information and content (Chart 9). Use of the Internet for school purposes, for example, was the most commonly mentioned activity: 87% of 9- to 17-year-old Internet users said they accessed the web for this purpose. A significant percentage (80%) also stated that they did research on search engines, such as Google or Yahoo. Finally, it is worth mentioning that 34% said they read or watched the news on the Internet. It is worth emphasizing that these set of activities; besides being very present in the routine of children, are practices related to critical reflection and analysis of media content – fundamental to the development of media education.

CHART 9
PROPORTION OF CHILDREN BY SELECTED ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



Activities that involve communication practices and access to social networks were also particularly mentioned by young Internet users: access a social networking website (81%), use instant messaging to talk with friends (39%) and send and receive emails (36%) were the most cited activities. On the other hand, activities related to the creation and sharing of content – which involve an access beyond to information reception, as well as a more critical and independent use of digital tools – were reported less frequently. Whereas 56% of young Internet users stated that they posted photos, videos or music on social networks, those who wrote a blog or online diary were only 9%. What sets a challenge for the promotion of certain children's rights such as participation and freedom of expression in the digital context.

Another aspect worth pointing out is the influence of the age variable on online activities. Overall, the ICT Kids Online Brazil 2013 survey found that the range of activities performed on the Internet intensified as the age of the respondents got higher. It was noted that the younger ones – from 9 to 10 years old – reported as main activities those related to the search for information and content for school purposes, in addition to emphasizing entertainment activities. While 83% of children said they did school assignments and 62% researched information on search engines, the percentage of those who played alone on the Internet was 69%.

Conversely, among Internet users aged 15 to 17 years, the most frequently mentioned activities concerned communication practices, access to social networks and entertainment: 93% accessed social networking websites, 76% watched videos online and 67% said they downloaded music or films from the Internet.

In regard to the types of digital tools used, no significant differences were noted in terms of gender. The exception involved participation in games with other people online, mentioned more frequently by boys (47%) than girls (20%). On the other hand, the use of webcams was more often reported by girls (24%) than boys (16%).

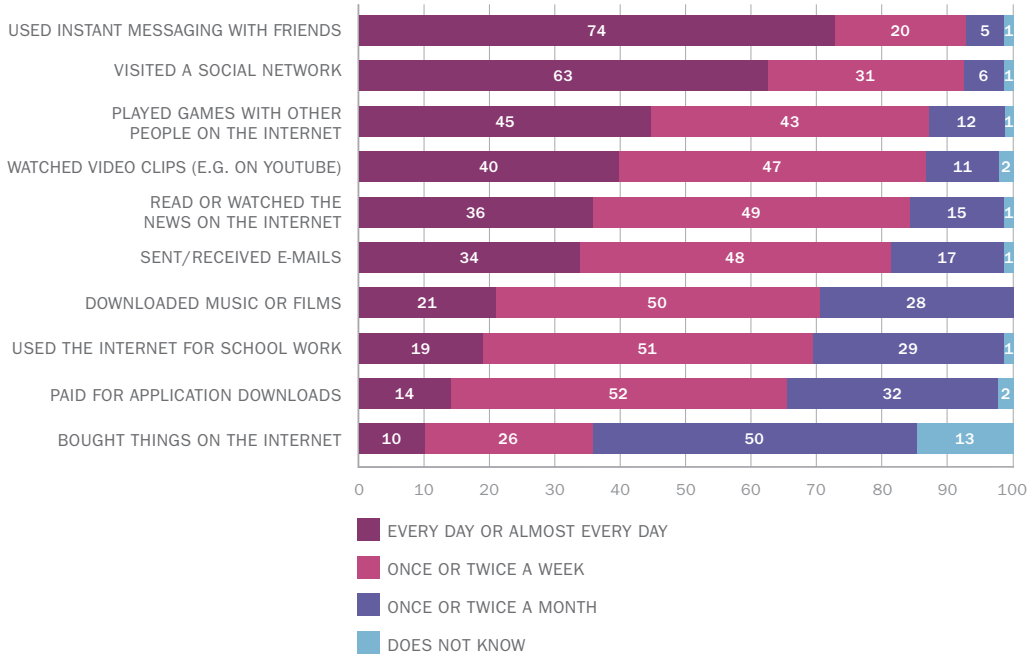
The survey data also showed divergences related to social class. In general, it was noted that children from higher social classes engaged in a more diversified set of activities than children from lower social classes: whereas the percentage of children from class AB who read the news was 45%, this percentage was 21% for class DE. This pattern was replicated in other activities: 15% of children belonging to class AB said they wrote blogs or online diaries, but this percentage was only 3% for class DE. School activities were carried out more evenly among young people from different social classes – 89% of children from class AB said they used the Internet for school assignments, whereas this percentage was 88% for class C and 81% for class DE.

The ICT Kids Online Brazil 2013 survey also found that the activities most frequently carried out by 11- to 17-year-olds⁵ were primarily related to forms of communication and social interaction on the Internet (Chart 10). A large percentage of children (74%), for example, reported using instant messaging – such as Whatsapp – for communication purposes and 63% accessed a social networking website. Other communication and entertainment activities also had a high percentage: 45% of Internet users played online games daily or almost daily and 40% watched online videos.

⁵ The frequency of activities carried out on the Internet was only measured among children aged 11 to 17 years, due to limitations on collecting data about this indicator from users younger than this.

CHART 10
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE FOR EACH ACTIVITY CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE PAST MONTH (2013)

Percentage of the total number of Internet users from 11 to 17 years old



It is also worth noting that although the use of the Internet for doing school work and assignments was the activity most cited by respondents, it was not the most frequent: only 19% of 11- to 17-year-olds carried out this activity on a daily basis. This figure indicates that there is still room to encourage the use of technological tools for the development of educational skills.

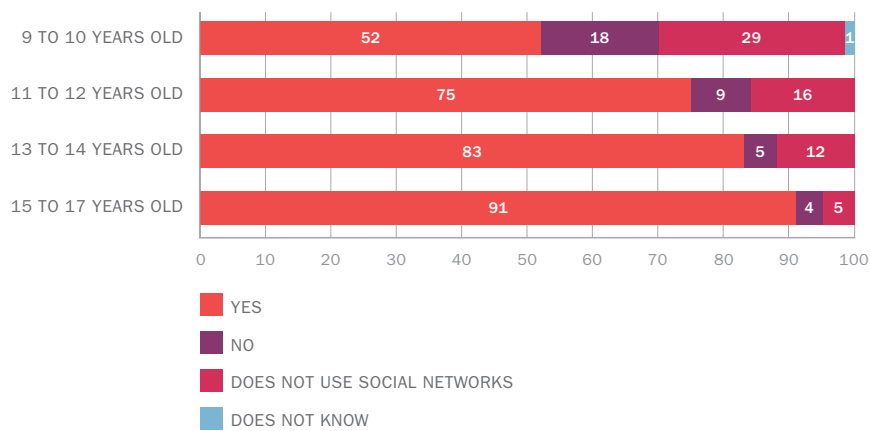
COMMUNICATION PRACTICES AND SOCIAL NETWORKING

All over the world, digital media is becoming one of the main avenues for socialization among children. Even though the consequences of this phenomenon on the symbolic structures of society are not known for sure, the dissemination and “popularization” of social networking websites and other media among young Internet users is shaping – and reshaping – the dynamics of communication and social interaction practices among peers (BELLONI, 2007; MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014).

In this regard, the ICT Kids Online Brazil 2013 survey indicated that the presence of Brazilian children on social networking websites is growing. Figures also showed that this percentage increased over the last year: 79% of Internet users aged 9 to 17 years had a social networking profile⁶ – an increase of 9 percentage points compared to 2012 (70%).

The data revealed, however, that this percentage varies significantly according to the age of the respondents (Chart 11). Among 9- and 10-year-old Internet users, 52% said they had a social networking profile. This percentage gradually increased as children grow older, reaching 83% among 13- and 14-year-old Internet users and 91% for those between 15 and 17 years of age.

CHART 11
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN SOCIAL NETWORKING PROFILE, BY AGE GROUP (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



There were also differences related to the social class of users: 86% of children from class AB reported having a social networking profile, as opposed to 67% from class DE. It was noted, however, that the difference between social classes decreased considerably in relation to 2012. While in 2012, 49% of Internet users from class DE had a social networking profile, this percentage was 67% in 2013. The results, therefore, indicate a significant shift toward the use of social media in all social classes and income groups in Brazil.

Among Internet users aged 9 to 17 years who had a social networking profile, 77% referred to Facebook as the main network used. An aspect worth noting is that the social networking website Orkut experienced a major decline and was mentioned in 2013 as the main social network by only 1% of young Internet users. However, even though Facebook was the most cited social network, it is important to recognize that social media use is diversified and children tend to use multiple platforms simultaneously and for different purposes.⁷

⁶ Based on the main social networking website used by the child.

⁷ The percentage of children who said they used the social network Google+ was 6% and Instagram, 2%.

Among Internet users who had a social networking profile, 8% said they used more than one profile on the social network they used most frequently. No significant differences, however, were noted in terms of gender, age or social class of the child.

In addition to multiplicity of profiles on the same social network, the number of contacts that children have on the network is an element that helps characterize the level of social interaction on the web. Of the total number of children who had their own profile on a social network, 28% reported having 100 to 300 contacts on their personal pages and 29% say they had over 300 contacts. On the other hand, the data show the level of exposure to which these children are subjected, since 42% mentioned that they used a public profile, making it possible for people outside their social circles to access their personal information. It is worth noting that while the percentage of users who maintained totally public profiles was high, a significant number (32%) of Internet users who went on social networks said they used their own profile in a totally private way, allowing only their friends to fully view their content and activities.

Lastly, another important point related to exposure of users on the Internet concerns the types of personal information that children share with other users. Of the total number of children who had social networking profiles, 93% reported that they posted a photo on their page that clearly showed their face. The name of their school was publicly shared by 52% of the young people, and their public address by 20%.

CONSUMPTION AND EXPOSURE TO ADVERTISING

In addition to investigating aspects related to Internet activities and online communication practices, the ICT Kids Online Brazil 2013 survey also started to monitor, in an unprecedented way, a topic for which there has been latent demand for research (LIVINGSTONE, 2006; PONTE; VIEIRA, 2007; among others): exposure to advertising aimed at children.

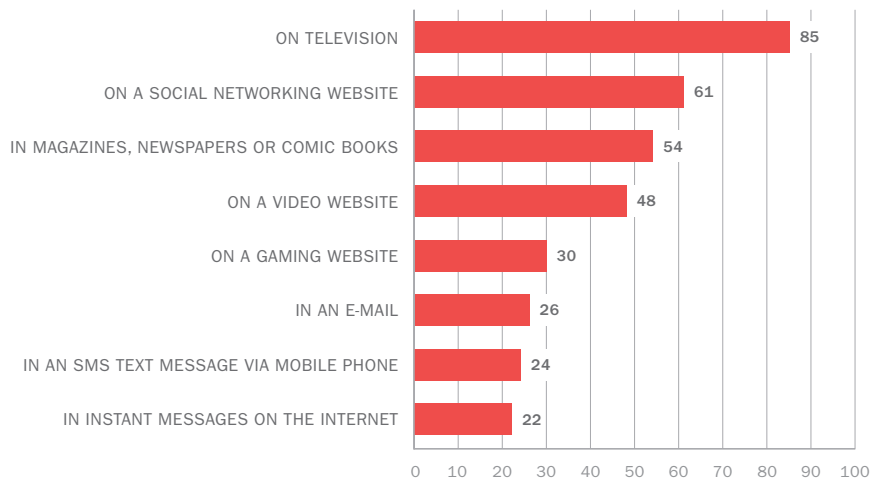
With the spread of the Internet among children, they have become a key target audience for advertising and online merchandising strategies. Numerous studies show, however, that boys and girls under the age of 8 have not developed the ability to recognize the persuasive nature of this information. A more critical perspective and complete understanding of the intentions of advertising only tends to take hold at around 12 years of age (ANDI, 2013; BJURSTRÖM, 2004).

Furthermore, exposure to advertising and merchandising that targets children has been linked to phenomena such as consumerism, childhood obesity and sexualization of children, among other impacts on the development of these individuals (ANDI, 2013). Concern about this issue also grows as more sophisticated forms of marketing communication emerge, such as online games associated with brands and products.

In order to generate input for this discussion, the goal of the new question module is to measure the exposure of children who use the Internet to different types of marketing content broadcast in digital and other media. The ICT Kids Online Brazil 2013 survey also sought to understand how these users react to and interact with such content.

The survey data revealed that television and social networks are the principal means through which children come into contact with publicity or advertising (Chart 12): 85% of young Internet users aged 11 to 17 years⁸ saw some type of advertising on TV, and 61% on social networking websites, in the 12 months prior to the survey.

CHART 12
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING/PUBLICITY TO WHICH THEY WERE EXPOSED IN THE LAST 12 MONTHS
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



Exposure to advertising content on gaming websites is also worth noting, since a significant number of these young people (30%) had contact with content of an advertising nature on these platforms.

The survey also sought to explore the perceptions of young Internet users regarding advertisements and other advertising-related content viewed on different media. Among children who were exposed to some kind of advertising or publicity on television, 46% said they liked or liked very much the content seen. The percentage of children who disliked or hated the advertisements they were exposed to was 23%. A significant number (29%) of young people were also indifferent to this content, stating they neither liked nor disliked it.

Regarding the exposure of young users to advertising on the Internet, a slightly lower, but still significant, percentage was noted of children (37%) who liked or liked very much the advertising content seen. The percentage of young people who disliked or hated the content they were exposed to online was 29%, while 29% said they were indifferent to this content.

⁸ The module was only administered to children aged 11 to 17 years.

The ICT Kids Online Brazil 2013 survey also revealed that 29% of 11- to 17-year-old Internet users sought information about a certain brand or product on the Internet after seeing the advertisement. However, there were significant differences according to the social class of the respondents. Whereas 8% of children belonging to class DE claimed to have sought information about products or brands on the web, this proportion was 47% for those in class AB.

Finally, it is worth noting that the interaction of young Internet users with advertising on social networking websites is significant. Among those who had their own profile on a social network, 57% claimed to have liked, 36% shared, 21% not liked and 20% blocked certain advertising or publicity to which they were exposed on social networks.

PERCEPTION OF PARENTS AND LEGAL GUARDIANS

To complement these data, the ICT Kids Online Brazil 2013 survey also sought to assess the perceptions of parents and legal guardians regarding the exposure of their children or those in their care to advertising-related content in different media formats.

Of the total number of parents and legal guardians surveyed, 75% said that their children or those in their care were exposed to advertising or publicity on television in the 12 months preceding the survey. In relation to advertisements and other advertising content found on social networks, just under half (47%) considered that their children or those in their care had been exposed to advertising on these platforms. It is interesting to note that the perceptions of parents/legal guardians as to the degree of exposure of their children to advertising in different media differs significantly from what the children surveyed reported.

The perceptions of parents or legal guardians regarding the contact of their children or those in their care with advertising and publicity is also related to the socioeconomic status of the family and the educational level of those responsible for the children. Overall, a lower percentage of parents or legal guardians from lower social classes and with a lower level of education reported that their children or those in their care were exposed to advertising, compared to parents from class AB and with a higher level of education. However, it is worth emphasizing, as observed, that parents and legal guardians belonging to higher socioeconomic classes were also more frequent Internet users themselves and, consequently, their experience in the virtual environment could foster greater awareness of the exposure of their children to this type of content.

Finally, the ICT Kids Online Brazil survey explored the possible consequences of exposure to advertising in children. According to parents or legal guardians, a considerable number (29%) of children asked for a certain product after seeing advertising or publicity on the Internet. Differences were also identified according to the social class of the respondents: while 7% of children from class DE asked parents for a certain product, this percentage was 46% among children belonging to class AB. The types of products requested included: clothes and shoes (62%), electronic devices (56%), computer and video games (26%) and toys (18%).

The results of the ICT Kids Online Brazil 2013 survey and the new data on exposure of children to advertising-related content reinforce the need to include this topic on the agenda of public debates, as input for the formulation and implementation of public policies.

SKILLS FOR CRITICAL USE OF THE INTERNET

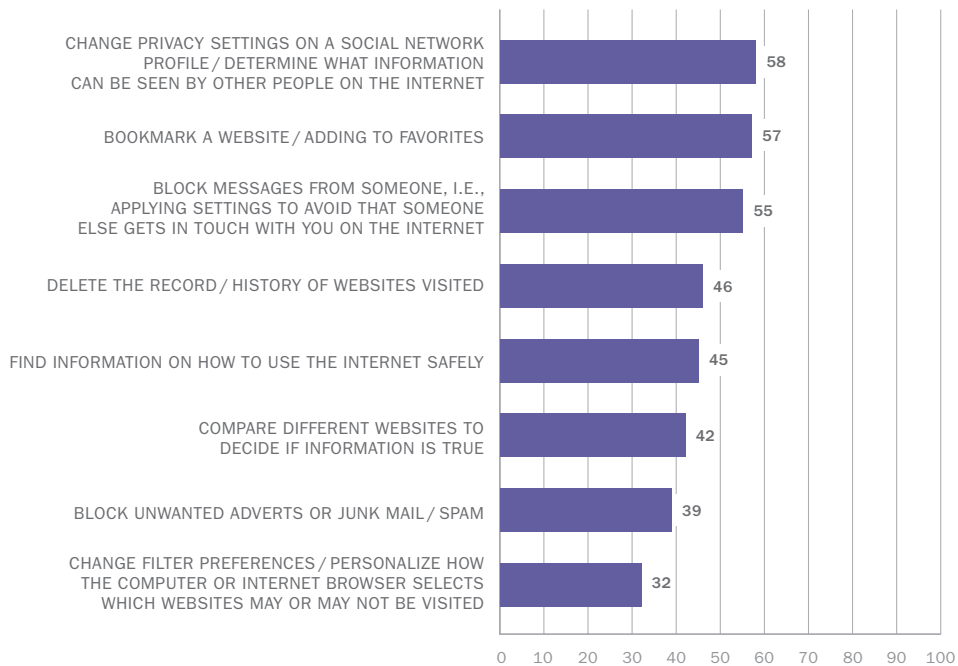
A central issue in the discussion regarding the role that information and communication technologies play in the development of children is the need to consider not only the possibility of Internet access and use, but also the development of specific skills and abilities that lead to expanding the opportunities associated with its use. In this sense, it is a matter of possessing not only a set of instrumental skills, but also knowledge, competences, attitudes and practices that permit the Internet to be used in a more critical, independent, competent and safe manner (BUCKINGHAM, 2007).

The ICT Kids Online Brazil survey seeks to examine these aspects by measuring the capabilities and skills of children in relation to the handling of more or less complex digital tools. Data show that skills which are more instrumental are more often reported. In 2013, the survey found that half of the children (50%) who had their own profile on social networks created them independently (alone), while 34% relied on the help of another person, and 15% had their profiles created by others.

It is worth noting that the age variable had a significant influence on the degree of digital autonomy of children: while only 13% of 9- and 10-year-old Internet users created their profile without the help of another person, this proportion was 63% for those aged 15 to 17 years. In addition, a significant number of 11- to 17-year-olds were able to change the privacy settings on a social networking profile (58%) and use settings to prevent someone getting in contact with them (55%) (Chart 13).

Cited less frequently were skills related to searching for specific information and the ability to compare information from different sources – which tends to indicate a more critical use of the Internet. “Comparing different websites to see if information is true” is a skill that 42% of young Internet users aged 11 to 17 years claimed to have. Also, being able to find information on how to use the Internet safely was reported by 45%.

CHART 13
PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 11 to 17 years old



These skills, however, vary according to the age group of the child and the educational level of the parent or legal guardian. In general, it was observed that Internet users from the older age groups whose parents or legal guardians had a higher level of education reported having a larger number of ICT skills. The ability to compare information from different websites among adolescents aged 15 to 17 years (50%) and young people whose parents or legal guardians had completed high school or university (50%) was, for example, higher than the total observed for this population. It is likewise the case with the ability to find information on safe Internet use: while 51% of 15- and 17-year-olds claimed to possess this skill, it was 26% for 11- and 12-year-olds. The percentage of children whose parents had completed high school or more (48%) was also higher than the total identified for this population.

Besides exploring specific skills for using digital tools, the survey sought to examine the perceptions of children about their Internet skills and competences. An interesting fact is that half (50%) of young Internet users aged 11 to 17 years claimed to know many things about how to use the Internet. This perception increased when compared to the knowledge of parents or legal guardians: 67% believed they knew more about the Internet than their parents.

Lastly, it is important to emphasize that a substantial proportion of young Internet users demonstrated knowledge regarding the existence of opportunities and risks when using the Internet – 77% understood that there are things on the Internet that might bother them. On the other hand, they also recognized the positive potential of the web, in that 71% believed that there are many things on the Internet that are good for children/young people their age.

The results of the ICT Kids Online Brazil 2013 survey indicate, therefore, that children tend to acquire skills and competences as they become more experienced users. On the other hand, a significant percentage of users – especially those from lower socioeconomic backgrounds – still use the Internet without possessing certain basic skills to ensure their safety and privacy while online. The data, therefore, debunk the myth that, as “digital natives,” children develop digital skills naturally or automatically (LIVINGSTONE et al., 2010) and highlights the need for this topic to be included on policymaking agenda.

RISKS AND HARM

Digital media generate numerous opportunities for development, socialization, learning and self-expression for all users (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014). This does not mean, however, that such access is free of risk, whether of a technical nature, such as viruses and spyware, or exposure to content deemed inappropriate, among other problems. Therefore, understanding how children use the Internet is essential for developing strategies and public policies aimed at maximizing the benefits and opportunities and minimizing the risks and potential harm associated with this experience.

However, measuring online risk behaviors among young people through a structured questionnaire represents a major research challenge, since it involves collecting information on subjects that are sensitive for the interviewee, such as sexual harassment, exposure to pornography or bullying, among others. Following the methodology adopted by the EU Kids Online network, the ICT Kids Online Brazil survey chose to address these issues through a questionnaire completed by the respondents themselves, in order to provide a more private and safe environment for reporting personal experiences they had undergone on the Internet.

Therefore, two versions of a self-completion questionnaire were used: a reduced, simpler version for 9- and 10-year-old children and a more detailed version for those aged 11 to 17 years. After completion of the survey, the self-completion questionnaire was sealed and rendered anonymous, to prevent the respondent from being identified. Despite the limitations inherent in this mode of data collection, Internet risk factor indicators are extremely important for exploring evidence about the different situations experienced by the group in question.

To understand the risk factors and potential harm experienced by children on the Internet, the ICT Kids Online Brazil survey investigated everyday online and offline situations of the respondents. First of all, children indicated whether they had experienced a situation, in general, that upset, bothered or annoyed them in the 12 months prior to the survey. The results showed that 23% of children aged 11 to 17 years considered that some person had behaved in an offensive way or upset them in the last 12 months. Among those who had been bothered, 59% said they had previously experienced this situation on the Internet.

In addition, through an open question, types of situations were listed which have the potential to bother, annoy or upset children on the Internet. After coding the responses, it was noted in the results that a range of situations exist that cause discomfort, such as:

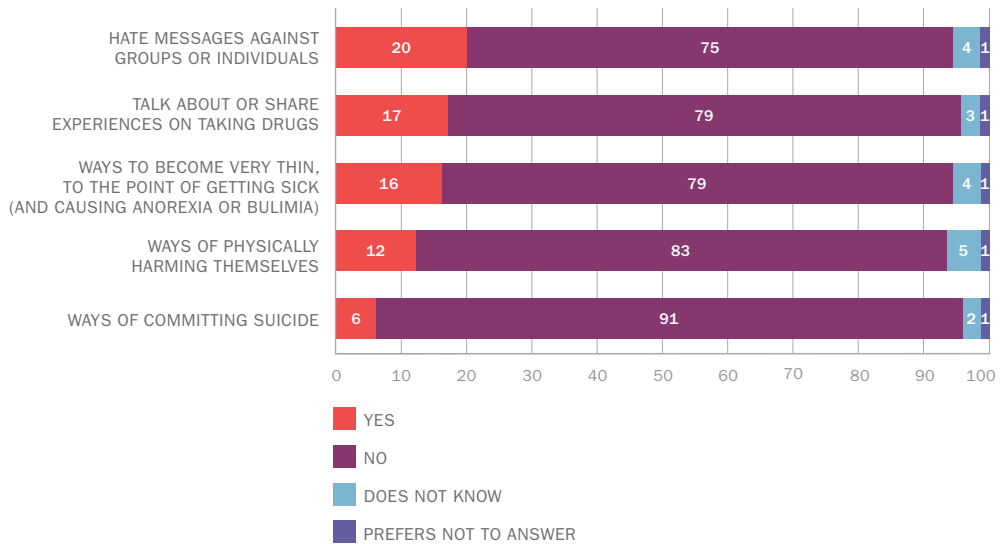
- *Bullying* (21%): "telling lies about me," "prejudice," "giving me nicknames I don't like," and others;
- *Content of a pornographic or erotic nature* (13%): "sex videos" or "sex images";
- *Content containing real violence* (11%): "beating of children" or "mistreatment of animals".

Other issues were mentioned less frequently as causing annoyance to children: sexual harassment (8%), content that is distasteful to the user (5%), types of violent or boring games (5%), content with terror (3%), and content related to drugs or health problems (2%).

The survey also sought to explore the contact children have with sexual content on the Internet. The survey revealed that 29% of 11- to 17-year-olds reported having been exposed to sexual content during the 12 months prior to the survey. Among those who had come in contact with some kind of sexual content, whether online or offline, almost half (48%) had done so on the Internet.

The data also revealed that a considerable number of young people aged 11 to 17 years had contact with inappropriate content, possibly associated with adverse consequences or actual harm to users (Chart 14). It was noted, for example, that 20% of users had been exposed to hate messages against individuals or groups of people, 17% talked about or shared experiences about drug use and 16% had contact with ways to become very thin, to the point of getting sick. Although they represented a low percentage, ways to hurt oneself (12%) and ways to commit suicide (6%) are important to mention.

CHART 14
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF CONTENT ENCOUNTERED ON WEBSITES IN THE PAST 12 MONTHS (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 11 to 17 years old



Apart from exposure to content and information considered inappropriate for children, the possibility of contact with strangers can be a potential source of risk on the Internet. It was found, for example, that 28% of 11- to 17-year-old users had already had contact with someone on the Internet they did not know personally. Among those who had contact with strangers, 35% also said that they had personally met up with someone they first met online.

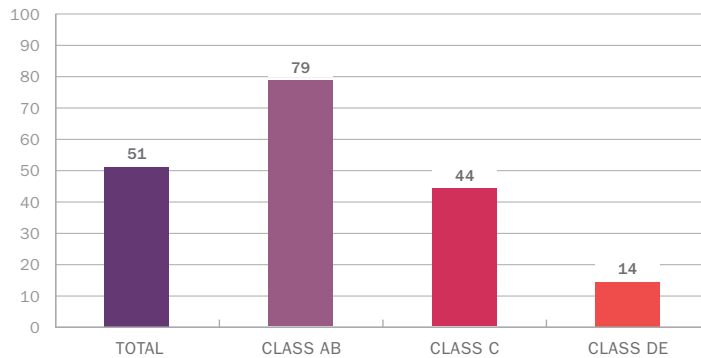
Finally, although it is a considerable methodological challenge to investigate issues that are sensitive for respondents, such as those explored by the ICT Kids Online Brazil survey, the data showed that risk factors are present to some degree in the everyday life of young Internet users. However, it is important to mention that experiences that generate risk on the Internet do not necessarily lead to adverse consequences or actual harm that impede the development and socialization of users. On the contrary, empirical data from the EU Kids Online survey show that the children who are more exposed to risks are not necessarily those who experience more harmful consequences (LIVINGSTONE et al., 2011).

MEDIATION BY PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

Similar to Internet access and use, the online experiences of children occur within a social context of Internet use mediated by parents, legal guardians, other relatives and peers, as well as by different actors in the school environment (MASCHERONI & ÓLAFSSON, 2014).

To this end, the ICT Kids Online Brazil survey seeks to assess the role played by parents or legal guardians in terms of Internet use⁹. In 2013, it was found that slightly over half (51%) of parents or legal guardians were Internet users¹⁰. However, this proportion varied according to the social class of the respondents: whereas 79% of parents or legal guardians from class AB claimed to have used the Internet at least once during the three months prior to this survey, the percentage was 44% for class C and only 14% for class DE (Chart 15).

CHART 15
PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
USED THE INTERNET IN THE PAST THREE MONTHS, BY SOCIAL CLASS
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



Among parents and legal guardians who used the Internet, a significant number reported that they accessed it often: 65% did so every day or almost every day. The frequency of Internet use by parents or legal guardians was also related to the socioeconomic status of the family. Whereas the percentage of frequent use was 76% in class AB, it was 32% in class DE.

With respect to location of Internet access by parents or legal guardians, the ICT Kids Online Brazil 2013 survey noted increased use within households. In general, the home remained the most cited location: 93% of parents or legal guardians said they accessed the Internet from this environment, an increase of 8 percentage points in relation to 2012. However, as with the trend detected in the population of 9- to 17-year-old Internet users, the growth in mobile access was also quite significant. Whereas in 2012, 6% of parents or legal guardians who used the

⁹ The survey only investigated one of the legal guardians of the child. 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 or the one in their care with the Internet.

¹⁰ According to the definition adopted by the International Telecommunications Union (ITU) – a United Nations agency that investigates ICT use in the world – 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).

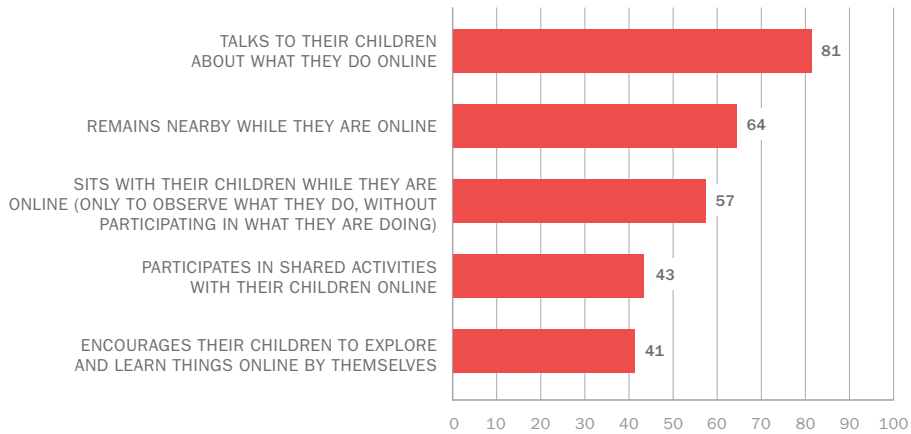
Internet accessed it “while out and about”, this percentage was 18% in 2013. It is interesting to mention that, unlike what happens in other locations of Internet access, the percentage of parents or legal guardians who used the Internet “while out and about” was very similar among all the social classes: 18% in class AB, 17% in class C and 17% in class DE.

The ICT Kids Online Brazil survey also seeks to explore ways in which parents can mediate ICT access and use by children. In this regard, Helsper et al. (2013), based on a study conducted in 25 European countries by the EU Kids Online network, mapped the following Internet use mediation strategies:

- Active mediation of Internet use, where parents or legal guardians talk with 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;
- Active mediation of safe Internet use, where parents or legal guardians promote or encourage safe and responsible use of the Internet by their children or those in their care;
- Restrictive mediation, where parents or legal guardians set rules that limit or regulate Internet time and location, as well as the activities carried out on the web;
- Technical restrictions, where parents or legal guardians use software or technical tools to filter or restrict the online activities of their children or those in their care;
- Monitoring of activities, where parents or legal guardians monitor or check the online history of their children or those in their care.

In Brazil, the most cited mediation strategy is active mediation of Internet use. “Talking with their children about what they do online” was the most cited strategy (81%). Although it was the most mentioned activity, 43% of parents or legal guardians engaged in some kind of online activity together with their children or those in their care and 41% encouraged them to explore and learn new things on the Internet (Chart 16). On the other hand, the survey data revealed that 13% of parents or legal guardians said they did not employ any strategy to mediate Internet use, thus reinforcing the need to expand this discussion beyond the limits of scholarly education.

CHART 16
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF GUIDANCE USUALLY RECEIVED REGARDING
INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT (2013)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old

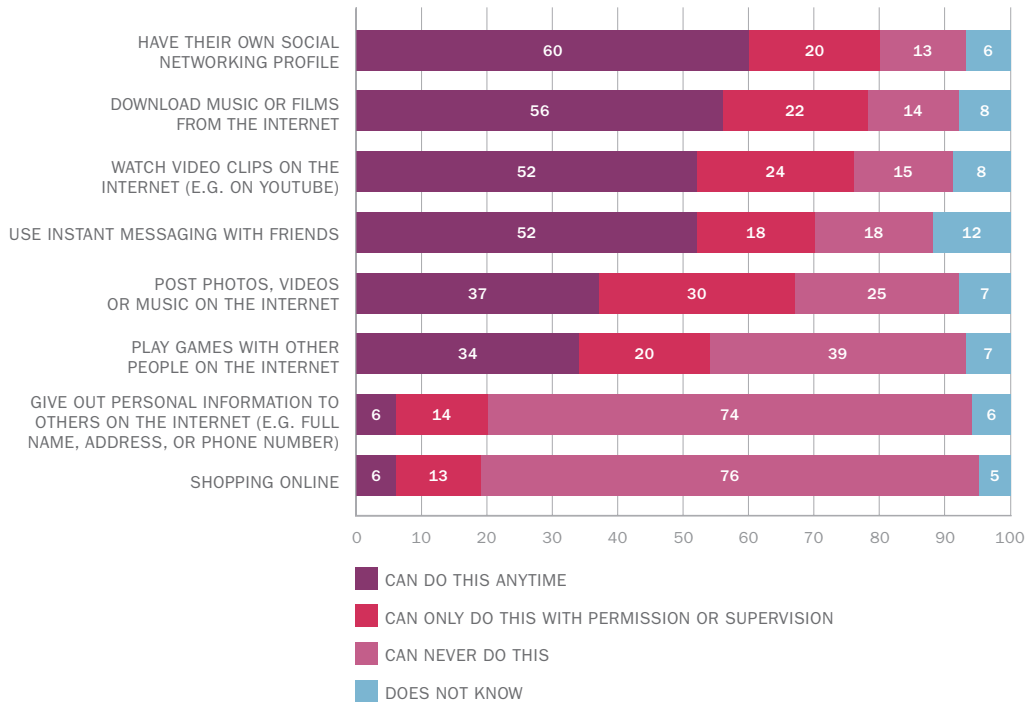


Respondents also said that they gave certain specific Internet use guidelines to their children or those in their care. Of the total number of parents or legal guardians, 69% reported having given their children or those in their care certain instructions on how to use the Internet safely and explained why the content from some websites is good and others bad. Lastly, 68% talked to their children or those in their care about what they should do if something bothered them on the Internet. In this regard, there was also a significant number of parents who did not do any of these activities (22%).

In addition to mediation strategies for active (safe) Internet use, the survey explored forms of restrictive mediation, such as usage permissions that parents gave their children regarding online activities (Chart 17). The data indicated that a considerable number of parents or legal guardians imposed upon their children or those in their care some sort of restriction on online activities. While 33% of parents or legal guardians imposed some sort of restriction on social networks, 74% did not allow their children or those in their care to give personal information to others on the web and 76% did not permit them to make online purchases.

CHART 17
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PERMISSION RECEIVED REGARDING INTERNET USE, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT (2013)

Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



The ICT Kids Online Brazil 2013 survey also revealed that parental mediation strategies based on technical restrictions and monitoring activities – where parents or legal guardians use technical tools to limit, restrict or monitor the online activities of their children or those in their care – are less common forms of mediation. Findings point out that 26% of parents or legal guardians whose children used the Internet at home said they blocked or used filters for certain types of websites, while 9% said they used a service or contract that limited the Internet access time of their children or those in their care. As far as monitoring online activities is concerned, 55% of parents or legal guardians stated that they checked the profile of their children on social networking websites or online communities. Lastly, a little under half (48%) said they checked the history or record of websites visited.

Although the survey data indicated that parents and legal guardians employed various Internet use mediation strategies, there was also a low percentage of parents who believed that their children had gone through an unpleasant or bothersome situation on the Internet in the 12 months prior to the survey (8%). This underscores the importance of highlighting this issue in public discussions, providing parents and legal guardians with greater knowledge about the benefits, opportunities and possible risks associated with Internet use.

Schools also appear to be one of the main channels of information on how children use the Internet, being cited as a source of information by 26% of parents or legal guardians. However, more than half of them (59%) would like to obtain more information from schools about safe Internet use. Other sources of information on the subject were also mentioned: 42% of parents

got information about safe Internet use via TV, radio, newspapers and magazines and 43% from family and friends. Given the large demand for information, CERT.br¹¹ developed an “Internet Safety Booklet,” containing recommendations and tips on how to enhance Internet safety. The material may be downloaded by the general public and shared with anyone interested, in order to increase knowledge on the subject.

EXPLORING FACTORS OF INFLUENCE ON PARENTAL MEDIATION

Based on the dimensions examined in the ICT Kids Online Brazil 2013 survey, and in order to deepen the analysis regarding opportunities and risks associated with Internet use, an exploratory study was conducted to investigate the factors that influence mediation strategies for Internet use by children. For this purpose, a logistic regression analysis was performed¹², which explored the likelihood that parents or legal guardians who used the Internet – as opposed to parents and legal guardians who are non-Internet-users – employed different strategies to mediate the use of the Internet by their children.

Taking into account the factors that influence parental mediation, the test was applied to the following dimensions of analysis:

1. Internet use by parents and legal guardians;
2. Perceptions of parents and legal guardians on risks associated with Internet use;
3. Mediation strategies employed by parents and legal guardians;

Overall, the test results suggested that Internet use by parents and legal guardians represented an important factor that influenced the mediation strategies they employed. The adjusted logistic regression model with the variables “Internet use by parents and legal guardians,” “Mediation strategies employed by parents and legal guardians” and “Perceptions of parents and legal guardians on risks associated with Internet use” obtained an 86.5% adjustment. When using the variables “Perception of parents and legal guardians on risks associated with Internet use” and “Mediation strategies employed by parents and legal guardians”, it was found that perceptions of risk did not prove to be significant or sufficient to explain the existence of some type of mediation of Internet use.

¹¹ The Brazilian National Computer Emergency Response Team (CERT.br), a department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br), the executive branch of the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), is responsible for handling security incidents in computers involving networks connected to the Brazilian Internet. More information at: <<http://www.cert.br/sobre/>>. Created by CERT.br, the “Internet Safety Booklet” can be found at: <<http://cartilha.cert.br/>>.

¹² Regression methods are generally used to establish relationships between a response variable and explanatory variables. The binary logistic regression model differs from the linear regression model in that the response variables have only binary values such as $Y=0$ and $Y=1$, where the value 1 is called the event of interest (HEERINGA et al., 2010).

In contrast, the variable "Use of the Internet by parents or legal guardians" achieved statistical significance, indicating that the use of the Internet by parents or legal guardians increases ninefold the likelihood that some mediation will be employed as compared to parents or legal guardians¹³ who are non-users.

In order to better understand the different mediation strategies devised by parents or legal guardians who are Internet users, a model was built for the variables "Internet use by parents and legal guardians" and "Mediation strategies employed by parents and legal guardians." The model was adjusted by 63.3%, indicating that the use of the Internet by parents or legal guardians expands fourfold the likelihood that parents will employ active Internet use mediation strategies¹⁴ as compared to parents who are non-users. The results also suggest that the use of the Internet by parents and legal guardians increases fivefold the likelihood that mediation strategies for safe use of the Internet will be employed¹⁵.

The results indicate that Internet use by parents and legal guardians is an important factor that influences forms of mediation. Therefore, for non-Internet user parents, mediating the access of their children also represents a challenge that warrants attention on public policy agendas. This finding reinforces the importance of formulating policies to promote digital inclusion in the country that are able to maximize opportunities and minimize risks associated with Internet use by children.

FINAL REMARKS: AGENDA FOR PUBLIC POLICIES

Through the publication of the results of the second edition of the ICT Kids Online Brazil survey, parents have at their disposal essential information that helps define the current scenario of ICT use by children, as well as perspectives and challenges for a constructive dialogue among governments, academics and society in promoting critical and safe use of the Internet. Following are some of the findings explored throughout the analysis of results:

INTERNET ACCESS AND USE

The growing trend toward the use of mobile devices, such as mobile phones and tablets, is one of the main findings of the ICT Kids Online 2013 survey. In this regard, mobile phone use grew considerably in all the social classes, but there are still significant differences concerning access to this equipment. The survey data indicate that socioeconomic inequalities in Brazil also constitute an important challenge to providing equality of access to the digital world for all users. This barrier can also be noted in the access to mobile media.

¹³ Based on parents and legal guardians who use the Internet, i.e., those individuals who used the web at least once in the three months preceding the survey.

¹⁴ Based on forms of mediation where parents or legal guardians talk with 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.

¹⁵ Based on mediation strategies where parents or legal guardians promote or encourage safe and responsible Internet use by their children or those in their care, for example, by talking to their children about how to deal with bothersome and risky situations on the Internet.

MOBILE ACCESS

The significant increase in mobility also gives rise to a dynamic of more private Internet access, which makes monitoring and mediation by parents, teachers and other legal guardians more complex. At the same time, this new reality leads to greater exposure to opportunities and risks encountered online. Therefore, greater thought must be given to forms of mediation that are not limited just to technical restrictions or the presence or absence of parents or legal guardians at the time of use.

SKILLS FOR CRITICAL USE OF THE INTERNET

The ICT Kids Online Brazil 2013 survey found that skills of a more instrumental nature are more frequently reported by children. Skills related to searching for specific information and the ability to compare information from different sources – which tend to indicate a more critical use of the Internet – are cited less frequently. The results indicate, therefore, that children do not naturally and automatically develop digital competences, but tend to acquire skills and competences as they become more experienced users and advance scholastically. This finding clearly indicates the need to move forward on the media-education front.

EXPOSURE TO ADVERTISING AND MERCHANDISING

The data show that there is a substantial penetration of marketing-related content on the Internet and in other digital media. The ICT Kids Online Brazil 2013 survey revealed that television and social networks are the principal channels for children to come into contact with some kind of publicity or advertising. Exposure to advertising content on gaming websites is also worth mentioning. The results presented on exposure of children to marketing-related content reinforce the need to place this topic on the agenda of policy makers.

MEDIATION BY PARENTS AND LEGAL GUARDIANS

The ITC Kids Online Brazil 2013 survey revealed that only a little over half of parents or legal guardians are Internet users (51%). In general, the results suggest that Internet use by parents or legal guardians is an important factor that influences their forms of mediation. Therefore, for non-Internet user parents, mediating the access of their children also represents a challenge that warrants attention on the public policy agendas.

REFERENCES

- ANDI – COMUNICAÇÃO E DIREITOS. *Direitos da infância e direito à comunicação: fortalecendo convergências nos marcos legais e nas políticas públicas*. Supervisão de Veet Vivarta. Brasília, DF: ANDI, 2013.
- BELLONI, M. L. Infância, Mídias e Educação: revisitando o conceito de socialização. *Perspectiva*, Florianópolis, v.25, n.1, p.57-82, 2007.
- BJURSTRÖM, E. *Children and Television Advertising: A Critical Study of International Research Concerning the Effects of TV- Commercials on Children*. Stockholm: Swedish Consumer Agency, 1994.
- BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazil – ICT Households and Enterprises 2013*. São Paulo: CGI.br, 2014. Coord. Alexandre F. Barbosa. Available at: <http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: Oct 9, 2014.
- BUCKINGHAM, D. Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet. *Research in Comparative and International Education*, v.2, n.1, p. 43-55, 2007.
- De LEEUW, E. D.; BORGERS, N.; STRIJBOS-SMITS, A. Children as Respondents: Developing, Evaluating, and Testing Questionnaires for Children. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON QUESTIONNAIRE DEVELOPMENT EVALUATION AND TESTING METHODS, 2002, Charleston, South Carolina.
- HEERINGA, S. G.; WEST, B. T.; BERGLUND, P. A. *Applied Survey Data Analysis*. Boca Raton: Chapman & Hall/CRC Press, 2010.
- HELSPER, E. J.; KALMUS, V.; HASEBRINK, U.; SAGVARI, B.; de HAAN, J. *Country Classification: Opportunities, Risks, Harm and Parental Mediation*. London: LSE, EU Kids Online, 2013.
- INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION – ITU. *Manual for Measuring ICT Access and Use by Households and Individuals – 2014 Edition*. Available at: <http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ITCMEAS-2014-PDF-E.pdf>. Accessed on: Sept 18, 2014.
- LIVINGSTONE, S. Does TV Advertising Make Children Fat? *Public Policy Research*, v.13, n.1, p.54-61, 2006.
- LIVINGSTONE, S.; HASEBRINK, U.; GÖRZIG, A. Towards a General Model of Determinants of Risks and Safety. In: S. Livingstone, L. Haddon & A. GÖRZIG, A. (Eds.). *Children, Risk and Safety on the Internet* Bristol: Policy Press, 2012. p. 323-339.
- LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. & ÓLAFSSON, K. *Risks and Safety on the Internet: The perspective of European children*. Full findings. London: LSE, EU Kids Online, 2011.
- LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; VINCENT, J.; MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: The UK Report*. London: LSE, 2010.
- MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: Risks and Opportunities*. Milano: Educatt, 2014.
- PONTE, C.; SIMÕES, J. A. Comparing Results on Internet Access and Use: Brazil, Portugal and Europe. In: *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013. p. 27-35. Available at: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Accessed on: Oct 9, 2014.
- PONTE, C.; VIEIRA, N. Crianças e Internet, riscos e oportunidades. Um desafio para a agenda de pesquisa nacional. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 5., 2007, Braga.

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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Computador (PC/desktop/ computador de mesa) PC (desktop computer)	Celular Mobile phone	Laptop/ notebook/netbook Laptop/ notebook/netbook
TOTAL		71	53	41
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	79	58	41
	Sul South	49	25	59
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	69	66	43
	Nordeste Northeast	69	50	28
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	67	51	42
	Masculino / Male	77	54	39
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	72	53	24
	Fundamental II Elementary II	80	50	38
	Médio ou mais Secondary or more	67	54	55
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	80	25	31
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	74	43	37
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	79	60	45
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	62	65	45
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	62	52	20
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	66	38	36
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	70	57	40
	Mais de 3 SM More than 3 MW	81	63	57
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	79	61	58
	C	65	49	38
	DE	76	47	11

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Tablet Tablet	Videogame, como o PlayStation Games console, such as a Playstation	Televisão Television set (TV)
TOTAL		16	11	3
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	20	13	5
	Sul South	2	6	1
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	15	9	2
	Nordeste Northeast	18	9	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	13	7	2
	Masculino / Male	21	16	5
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	8	6	1
	Fundamental II Elementary II	15	8	6
	Médio ou mais Secondary or more	24	16	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	17	11	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	18	6	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	19	10	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	14	13	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	5	2	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	7	5	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	14	16	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	32	16	7
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	35	18	6
	C	8	7	2
	DE	4	4	0

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

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 INTERNET¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO USE MOBILE PHONE TO ACCESS THE INTERNET¹

	Percentual Percentage (%)	Usa créditos, pacote do celular, 3G, 4G Uses mobile credit, web package, 3G, 4G	Usa uma conexão WiFi/sem fio Uses Wi-Fi	Não sabe Does not know
TOTAL		73	57	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	69	72	1
	Sul South	54	70	1
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	81	42	3
	Nordeste Northeast	81	28	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	78	52	1
	Masculino / Male	66	63	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	80	40	2
	Fundamental II Elementary II	68	56	2
	Médio ou mais Secondary or more	69	70	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	52	64	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	66	51	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	68	63	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	81	54	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	88	15	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	81	42	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	70	64	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	65	73	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	63	73	1
	C	76	51	2
	DE	90	28	2

¹ Base: 1.189 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 setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,189 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 September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Sala da casa (ou outro espaço coletivo) Living room (or other public room) at home	Quarto da criança (ou outro quarto da casa) Child's own bedroom (or other private room) at home	Casa de parentes Relatives' home	Casa de amigos Friends' home	Escola School
TOTAL		68	57	54	45	37
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	67	66	58	54	41
	Sul South	76	33	59	27	28
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	63	49	58	49	45
	Nordeste Northeast	70	57	42	35	29
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	70	56	58	44	37
	Masculino / Male	66	59	49	47	38
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	53	52	43	40	37
	Fundamental II Elementary II	71	53	49	50	37
	Médio ou mais Secondary or more	80	62	66	47	37
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	68	43	52	32	32
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	64	51	51	41	34
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	69	62	51	54	41
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	71	63	59	48	39
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	46	48	36	35	36
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	62	43	53	33	31
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	71	56	53	48	39
	Mais de 3 SM More than 3 MW	85	75	65	61	44
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	83	74	65	59	39
	C	67	50	52	39	37
	DE	42	42	37	37	32

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 2.261 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 September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual Percentage (%)		Na rua pelo celular Mobile phone when "out and about"	Lanhouse ou cybercafé LAN house or cybercafé	Biblioteca pública, telecentro ou outro local público Public library, telecenter or other public place	Outros Other
TOTAL		35	22	7	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	47	19	8	1
	Sul South	13	9	3	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	41	33	14	1
	Nordeste Northeast	19	31	3	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	34	17	5	1
	Masculino / Male	36	29	10	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	36	29	6	0
	Fundamental II Elementary II	33	27	7	2
	Médio ou mais Secondary or more	34	15	8	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	10	13	3	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	23	22	2	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	47	29	10	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	44	23	10	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	30	29	4	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	23	25	5	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	36	23	7	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	46	17	11	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	41	18	12	1
	C	33	21	5	1
	DE	28	35	5	0

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Todos os dias ou quase todos os dias Every day or almost every day	Uma ou duas vezes por semana Once or twice a week	Uma ou duas vezes por mês Once or twice a month	Menos de uma vez por mês Less than once a month	Não sabe Does not know
TOTAL		63	27	8	2	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	71	22	5	2	0
	Sul South	71	23	5	0	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	53	34	10	3	0
	Nordeste Northeast	46	37	13	4	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	62	28	8	2	0
	Masculino / Male	64	26	7	3	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	49	35	13	4	0
	Fundamental II Elementary II	62	28	8	2	0
	Médio ou mais Secondary or more	74	21	3	1	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	49	42	7	2	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	50	39	8	3	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	65	22	11	2	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	74	18	6	2	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	39	40	15	7	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	55	31	11	2	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	64	28	7	1	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	81	16	2	1	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	77	21	1	1	0
	C	62	30	6	2	0
	DE	32	34	27	7	0

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual Percentage (%)		Usou a Internet para trabalho escolar <i>Used the Internet for school work</i>	Visitou um perfil/ página de uma rede social <i>Visited a social networking profile/page</i>	Pesquisou coisas na Internet <i>Looked up information on the Internet</i>	Assistiu vídeos (no YouTube, por exemplo) <i>Watched video clips (e.g., on YouTube)</i>
TOTAL		87	81	80	68
REGIÃO <i>REGION</i>	Sudeste <i>Southeast</i>	86	82	86	78
	Sul <i>South</i>	89	87	69	72
	Centro-Oeste e Norte <i>Center-West and North</i>	89	76	84	61
	Nordeste <i>Northeast</i>	88	78	73	50
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>SEX OF CHILD</i>	Feminino / Female	89	82	81	64
	Masculino / Male	85	80	79	73
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	85	73	73	57
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	87	79	81	67
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	89	88	86	77
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	83	58	62	53
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	86	75	75	62
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	90	84	83	72
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	88	93	89	76
RENDA FAMILIAR <i>FAMILY INCOME</i>	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	86	70	74	41
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	87	77	75	66
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	86	84	83	74
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	90	89	88	82
CLASSE SOCIAL <i>SOCIAL CLASS</i>	AB	89	89	86	79
	C	88	80	80	68
	DE	81	68	67	44

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Jogou sozinho na Internet Played games alone on the Internet	Colocou (ou postou) fotos, vídeos ou músicas Posted photos, videos or music in social networks	Baixou músicas ou filmes Downloaded music or films	Colocou (ou postou) uma mensagem em uma página na Internet Posted messages on a Web page
TOTAL		57	56	50	42
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	62	59	52	46
	Sul South	54	55	57	26
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	54	53	51	44
	Nordeste Northeast	52	51	41	42
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	53	59	53	40
	Masculino / Male	63	52	47	45
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	51	49	44	40
	Fundamental II Elementary II	55	49	50	47
	Médio ou mais Secondary or more	63	64	55	41
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	69	26	19	18
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	67	44	37	33
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	56	59	56	52
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	48	73	67	51
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	49	49	39	40
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	55	51	46	30
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	58	57	57	47
	Mais de 3 SM More than 3 MW	63	66	55	50
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	62	62	52	53
	C	58	55	54	38
	DE	42	45	32	31

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

▶ 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual Percentage (%)		Usou mensagens instantâneas para conversar com amigos Used instant messaging with friends or contacts	Enviou/ recebeu e-mails Sent/received e-mails	Baixou aplicativos gratuitos ou sem pagar Downloaded applications for free or without paying	Leu/assistiu notícias na Internet Read or watched the news on the Internet
TOTAL		39	36	35	34
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	48	38	41	37
	Sul South	24	24	15	25
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	46	38	40	38
	Nordeste Northeast	26	38	30	30
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	38	33	33	32
	Masculino / Male	41	40	37	36
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	28	32	27	31
	Fundamental II Elementary II	42	39	30	34
	Médio ou mais Secondary or more	47	38	43	36
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	13	12	16	13
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	31	26	29	24
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	49	38	39	38
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	49	49	44	46
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	21	36	22	27
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	27	26	26	24
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	41	38	38	36
	Mais de 3 SM More than 3 MW	59	45	47	45
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	57	47	49	45
	C	34	31	29	31
	DE	19	29	25	21

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Assistiu a programas de TV e filmes on-line Watched TV shows and movies online	Jogou games/ jogos com outras pessoas na Internet Played games with other people on the Internet	Postou sua localização (ou fez check-in utilizando Facebook, Foursquare, etc.) Posted their location (or checked-in using Facebook, Foursquare, etc.)	Criou um personagem, um bicho de estimação ou avatar Created a character, a pet, or avatar
TOTAL		32	32	28	25
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	39	40	23	32
	Sul South	45	17	18	14
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	22	26	31	19
	Nordeste Northeast	14	28	42	19
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	32	20	25	24
	Masculino / Male	31	47	31	25
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	18	27	30	18
	Fundamental II Elementary II	36	38	31	29
	Médio ou mais Secondary or more	41	34	25	28
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	18	35	20	22
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	28	37	19	29
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	37	38	29	29
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	37	25	34	21
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	9	21	36	14
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	28	18	24	14
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	35	40	28	32
	Mais de 3 SM More than 3 MW	43	45	30	34
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	43	43	33	37
	C	31	29	25	21
	DE	10	17	27	12

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 2.261 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 September 2013 and January 2014.

▶ 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual Percentage (%)		Usou uma webcam Used a webcam	Entrou em salas de bate-papo, excluindo o Facebook Visited a chatroom, except for Facebook	Colocou (ou postou) fotos, vídeos ou músicas em mensagens instantâneas Posted videos or music in instant messaging	Fez ou recebeu ligações telefônicas ou chamadas de vídeo na Internet Made or received telephone calls or video calls
TOTAL		21	21	21	14
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	19	20	26	23
	Sul South	43	39	8	6
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	15	9	28	7
	Nordeste Northeast	13	18	15	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	24	22	20	12
	Masculino / Male	16	20	23	16
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	12	16	15	9
	Fundamental II Elementary II	25	23	22	16
	Médio ou mais Secondary or more	26	24	26	17
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	11	9	5	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	16	15	10	7
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	21	19	31	21
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	27	29	28	19
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	9	17	11	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	24	26	12	4
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	20	17	23	21
	Mais de 3 SM More than 3 MW	23	20	33	22
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	22	22	32	23
	C	24	21	18	12
	DE	6	15	10	1

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Escreveu em um blog ou diário on-line Wrote a blog or online diary	Ficou um tempo num mundo virtual Spent time in a virtual world	Comprou coisas pela Internet Bought things through the Internet	Usou sites de compartilhamento de arquivos Used file-sharing sites	Pagou por downloads de aplicativos Paid to download applications
TOTAL		9	9	8	8	7
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	13	11	9	11	8
	Sul South	9	6	2	4	5
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	5	6	9	12	4
	Nordeste Northeast	5	10	6	3	9
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	9	9	6	8	6
	Masculino / Male	10	9	10	9	9
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	7	9	4	4	7
	Fundamental II Elementary II	8	9	9	5	6
	Médio ou mais Secondary or more	12	9	10	13	8
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	1	5	3	2	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	4	10	5	2	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	15	12	7	9	6
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	13	9	11	14	11
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	5	3	2	2	5
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	3	7	2	4	5
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	11	12	6	11	11
	Mais de 3 SM More than 3 MW	17	12	17	15	8
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	15	10	15	14	8
	C	8	10	5	6	7
	DE	3	4	1	2	4

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

C1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL PRÓPRIO NA REDE SOCIAL DE MAIOR USO
 PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON MAIN SOCIAL NETWORKING SITE
 PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não usa redes sociais Does not use social networking websites
TOTAL		79	7	0	13
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	81	6	0	13
	Sul South	75	11	0	14
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	84	7	0	9
	Nordeste Northeast	74	8	0	18
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	80	6	0	14
	Masculino / Male	79	9	0	12
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	71	8	0	21
	Fundamental II Elementary II	79	7	0	13
	Médio ou mais Secondary or more	86	7	0	6
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	52	18	1	29
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	75	9	0	16
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	83	5	0	12
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	91	4	0	5
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	66	9	0	25
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	78	6	0	16
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	81	9	0	10
	Mais de 3 SM More than 3 MW	86	7	1	7
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	86	7	0	6
	C	78	8	0	13
	DE	67	6	0	27

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between September 2013 and January 2014.

C4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUI NO 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 PERFIL PRÓPRIO NA REDE SOCIAL DE MAIOR USO¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON MAIN SOCIAL NETWORKING SITE¹

	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	Mais de 300 More than 300	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Cannot remember
TOTAL		5	19	16	28	29	3
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	8	13	17	28	31	3
	Sul South	3	54	12	15	16	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	6	13	13	31	34	4
	Nordeste Northeast	2	12	18	36	28	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	5	22	14	28	28	3
	Masculino / Male	6	16	18	28	30	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	4	14	18	32	31	2
	Fundamental II Elementary II	8	19	10	24	36	4
	Médio ou mais Secondary or more	5	22	17	28	24	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	8	29	33	22	4	4
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	6	27	21	25	17	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	7	11	13	30	36	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	4	17	11	31	35	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	6	12	18	40	21	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	3	29	14	28	23	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	3	12	16	33	34	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	12	14	18	21	32	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	9	15	17	23	34	3
	C	4	23	15	29	27	2
	DE	4	14	17	41	20	3

¹ Base: 1.792 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil próprio na rede social de maior uso. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.¹ Base: 1,792 Internet users from 9 to 17 years old who have their own profile on main social networking site. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 PERFIL PRÓPRIO NA REDE SOCIAL DE MAIOR USO¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON MAIN SOCIAL NETWORKING SITE¹

Percentual Percentage (%)		De um jeito que todo mundo consiga ver/ Público Public, so that everyone can see	De um jeito que 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
TOTAL		42	32	23	3
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	41	33	24	3
	Sul South	37	52	9	2
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	49	31	18	2
	Nordeste Northeast	46	16	35	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	39	41	17	3
	Masculino / Male	46	20	32	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	50	27	21	3
	Fundamental II Elementary II	47	22	29	2
	Médio ou mais Secondary or more	36	38	23	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	37	30	25	8
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	50	30	15	5
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	48	23	27	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	37	37	24	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	45	22	32	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	48	35	14	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	37	36	25	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	40	29	28	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	40	27	31	3
	C	39	39	19	3
	DE	62	17	20	1

¹ Base: 1.792 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil próprio na rede social de maior uso. Respostas estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,792 Internet users from 9 to 17 years old who have their own profile on main social networking site. Stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 PERFIL PRÓPRIO NA REDE SOCIAL DE MAIOR USO¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON MAIN SOCIAL NETWORKING SITE¹

	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
TOTAL		93	73	52	43
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	94	73	50	38
	Sul South	86	78	66	55
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	94	79	69	43
	Nordeste Northeast	93	66	36	47
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	95	76	55	46
	Masculino / Male	90	70	48	40
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	95	75	49	46
	Fundamental II Elementary II	90	75	46	33
	Médio ou mais Secondary or more	92	72	56	45
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	87	62	25	15
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	89	68	42	18
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	92	71	50	38
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	96	79	63	63
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	92	69	42	48
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	94	78	58	55
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	90	75	53	37
	Mais de 3 SM More than 3 MW	93	69	48	38
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	90	70	50	34
	C	94	77	54	47
	DE	94	66	47	54

¹ Base: 1.792 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil próprio na rede social de maior uso. Respostas múltiplas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 1,792 Internet users from 9 to 17 years old who have their own profile on main social networking site. Multiple answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

► 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 PERFIL PRÓPRIO NA REDE SOCIAL DE MAIOR USO¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON MAIN SOCIAL NETWORKING SITE¹

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	Não sabe Does not know
TOTAL		37	21	20	1	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	41	16	14	2	0
	Sul South	19	44	40	0	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	47	23	18	0	0
	Nordeste Northeast	34	16	20	1	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	35	25	24	1	0
	Masculino / Male	39	17	15	1	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	33	21	19	0	0
	Fundamental II Elementary II	37	14	16	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	39	24	22	2	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	54	9	17	2	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	57	15	15	1	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	41	18	17	2	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	22	29	24	1	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	34	16	24	1	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	28	33	32	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	43	18	22	1	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	38	15	9	3	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	45	13	9	2	0
	C	34	28	28	1	0
	DE	27	17	17	1	0

¹ Base: 1.792 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil próprio na rede social de maior uso. Respostas múltiplas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,792 Internet users from 9 to 17 years old who have their own profile on main social networking site. Multiple answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

D1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEÇÃO 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

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	
TOTAL	50	37	13	0	
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	54	35	11	0
	Sul South	37	54	9	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	44	38	17	1
	Nordeste Northeast	56	29	16	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	48	38	14	0
	Masculino / Male	53	35	12	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	50	35	14	0
	Fundamental II Elementary II	52	33	15	1
	Médio ou mais Secondary or more	50	39	11	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	32	39	29	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	55	33	12	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	57	38	5	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	50	32	17	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	37	49	14	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	63	24	13	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	55	33	12	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	62	27	11	0
	C	46	42	12	0
	DE	42	39	18	1

¹ Base: 1,868 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.¹ Base: 1,868 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

▶ 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

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	
TOTAL	67	20	12	0	
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	63	23	14	0
	Sul South	77	16	7	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	67	20	13	0
	Nordeste Northeast	71	17	13	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	69	18	13	0
	Masculino / Male	66	22	12	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	72	19	9	0
	Fundamental II Elementary II	69	18	13	0
	Médio ou mais Secondary or more	63	22	15	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	48	27	25	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	68	20	12	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	77	17	6	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	73	17	9	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	73	17	10	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	69	16	15	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	59	25	16	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	61	24	15	0
	C	72	16	12	0
	DE	65	25	9	1

¹ Base: 1.868 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.¹ Base: 1,868 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual Percentage (%)	Há muitas coisas na Internet que são boas para crianças ou adolescentes da mesma idade <i>There are a lot of things on the Internet that are good for children of the same age</i>				
	Verdadeira <i>Very True</i>	Mais ou menos verdadeira <i>A bit true</i>	Não é verdadeira <i>Not true</i>	Não respondeu <i>Did not answer</i>	
TOTAL	71	22	7	1	
REGIÃO <i>REGION</i>	Sudeste <i>Southeast</i>	70	24	6	0
	Sul <i>South</i>	79	17	4	0
	Centro-Oeste e Norte <i>Center-West and North</i>	71	21	6	2
	Nordeste <i>Northeast</i>	68	21	11	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>SEX OF CHILD</i>	Feminino / <i>Female</i>	73	20	7	1
	Masculino / <i>Male</i>	68	25	7	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	72	20	7	1
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	61	28	10	1
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	73	21	5	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	64	27	8	1
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	67	21	12	0
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	77	20	3	0
RENDA FAMILIAR <i>FAMILY INCOME</i>	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	74	18	6	1
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	73	19	8	0
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	65	29	6	0
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	77	20	3	0
CLASSE SOCIAL <i>SOCIAL CLASS</i>	AB	72	23	5	0
	C	70	22	7	1
	DE	70	21	9	1

¹ Base: 1.868 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.¹ Base: 1,868 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated Answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual Percentage (%)	Mudar as configurações de privacidade no perfil de rede social/ configurações que determinam quais informações podem ser vistas Change privacy settings on a social network profile/ settings that determine what information can be seen	Marcar um site/ Adicioná-lo aos favoritos Bookmark a website/Adding to favorites	Bloquear as mensagens de uma pessoa, ou seja, usar as configurações para impedir que uma pessoa entre em contato com você pela Internet Block messages from someone - i.e., applying settings to avoid that someone else gets in touch with you on the Internet	Deletar o registro/ histórico dos sites que visitou Delete the record/history of websites visited	
TOTAL	58	57	55	46	
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	59	60	66	51
	Sul South	69	75	38	32
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	45	51	47	40
	Nordeste Northeast	56	44	50	47
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	60	61	57	44
	Masculino / Male	54	52	54	49
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	45	45	50	39
	Fundamental II Elementary II	61	53	57	51
	Médio ou mais Secondary or more	67	69	60	49
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	34	42	38	33
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	55	57	55	48
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	71	65	64	51
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	46	47	45	38
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	56	50	41	34
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	60	61	62	50
	Mais de 3 SM More than 3 MW	64	68	71	60
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	72	69	72	65
	C	53	58	50	37
	DE	42	29	40	38

¹ Base: 1.868 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,868 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 September 2013 and January 2014.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual Percentage (%)		Encontrar informações sobre como usar a internet com segurança <i>Find information on how to use the Internet safely</i>	Comparar diferentes sites para saber se as informações são verdadeiras <i>Compare different websites to decide if information is true</i>	Bloquear propaganda indesejada ou lixo eletrônico/spams <i>Block unwanted adverts or junk mail/spam</i>	Mudar as preferências de filtro ou a forma como seu computador ou o navegador de Internet filtra ou seleciona os sites que você pode visitar <i>Change filter preferences or how the computer or Internet browser selects which websites may or may not be visited</i>
TOTAL		45	42	39	32
REGIÃO REGION	Sudeste <i>Southeast</i>	51	50	46	37
	Sul <i>South</i>	35	35	29	27
	Centro-Oeste e Norte <i>Center-West and North</i>	44	42	38	25
	Nordeste <i>Northeast</i>	36	30	33	29
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	44	38	41	28
	Masculino / Male	46	47	36	37
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	39	33	31	31
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	45	42	40	27
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	48	50	45	36
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	26	24	28	15
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	50	43	41	36
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	51	50	44	39
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	31	30	27	21
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	33	25	26	26
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	50	53	42	35
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	58	58	58	42
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	60	61	55	46
	C	38	37	36	26
	DE	35	21	19	25

¹ Base: 1.868 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.² Base: 1,868 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 September 2013 and January 2014.

D3 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE A EXISTÊNCIA DE COISAS QUE POSSAM INCOMODÁ-LA 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não respondeu Did not answer
TOTAL		77	22	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	84	15	2
	Sul South	75	25	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	80	17	3
	Nordeste Northeast	62	38	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	81	18	1
	Masculino / Male	72	27	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	73	26	2
	Fundamental II Elementary II	73	25	2
	Médio ou mais Secondary or more	82	17	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	63	33	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	79	20	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	74	25	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	83	16	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	66	32	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	75	24	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	76	22	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	81	18	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	82	18	1
	C	76	22	2
	DE	69	30	1

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Outro parente <i>Other relative</i>	Professor <i>Teacher</i>	Televisão, rádio, jornais ou revistas <i>Television, radio, newspapers or magazines</i>	Pessoas que trabalham com jovens ou pessoas ligadas à igreja ou assistente social <i>Youth, church or social worker</i>	Nunca recebeu qualquer conselho dessas pessoas ou nesses locais <i>Never received any advice from the people or at the locations mentioned</i>	
Percentual <i>Percentage</i> (%)						
TOTAL	56	49	33	17	17	
REGIÃO <i>REGION</i>	Sudeste <i>Southeast</i>	59	44	39	20	18
	Sul <i>South</i>	55	66	46	12	10
	Centro-Oeste e Norte <i>Center-West and North</i>	49	44	27	21	18
	Nordeste <i>Northeast</i>	55	52	16	14	16
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>SEX OF CHILD</i>	Feminino / Female	61	54	37	19	15
	Masculino / Male	50	43	28	16	18
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	49	47	24	16	20
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	53	47	27	17	21
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	63	52	44	19	12
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	48	52	17	9	16
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	62	47	32	18	19
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	59	42	32	24	17
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	55	53	42	17	16
RENDA FAMILIAR <i>FAMILY INCOME</i>	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	39	43	22	14	23
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	57	55	30	13	17
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	57	51	39	19	14
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	65	50	38	21	12
CLASSE SOCIAL <i>SOCIAL CLASS</i>	AB	63	50	36	22	12
	C	55	51	36	16	18
	DE	45	39	15	10	25

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Sites Websites	Provedor de serviços de Internet Internet service provider	Bibliotecário/ monitor de lanhouse Librarian/ LAN house supervisor	Outros Other	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Cannot remember
TOTAL		13	11	9	6	3
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	17	11	11	7	2
	Sul South	7	31	6	2	1
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	9	6	10	10	4
	Nordeste Northeast	8	5	9	3	5
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	11	13	9	6	3
	Masculino / Male	14	10	10	5	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	12	6	12	6	4
	Fundamental II Elementary II	9	7	10	4	2
	Médio ou mais Secondary or more	14	17	7	6	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	5	2	6	5	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	10	5	5	6	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	15	7	14	5	5
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	16	21	11	6	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	10	4	10	7	8
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	6	17	8	6	2
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	11	6	11	4	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	25	14	11	6	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	19	11	11	4	2
	C	11	14	10	8	3
	DE	4	1	6	3	5

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Outro parente Other relative	Professor Teacher	Nunca recebeu qualquer conselho dessas pessoas ou nesses locais Never received any advice from the people or at the locations mentioned	Televisão, rádio, jornais ou revistas Television, radio, newspapers or magazines	Pessoas que trabalham com jovens ou pessoas ligadas à igreja Youth or church worker	
Percentual Percentage (%)						
TOTAL	37	22	17	7	4	
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	40	13	18	7	4
	Sul South	22	49	10	10	4
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	33	21	18	7	6
	Nordeste Northeast	41	23	16	4	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	38	25	15	6	5
	Masculino / Male	35	18	18	9	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	34	22	20	5	4
	Fundamental II Elementary II	38	18	21	4	7
	Médio ou mais Secondary or more	38	23	12	10	4
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	39	27	16	3	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	51	15	19	4	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	38	14	17	6	6
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	27	26	16	11	4
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	28	23	23	3	7
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	32	33	17	3	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	42	16	14	11	5
	Mais de 3 SM More than 3 MW	43	16	12	7	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	45	17	12	9	3
	C	31	24	18	6	5
	DE	36	23	25	3	3

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Sites Websites	Bibliotecário/ monitor de lanhouse Librarian/ LAN house supervisor	Provedor de serviços de Internet Internet service provider	Outros Other	Não sabe/ Não lembra Does not know/ Cannot remember
TOTAL		4	1	1	5	4
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	6	1	2	6	3
	Sul South	3	0	1	1	1
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	2	1	0	5	5
	Nordeste Northeast	1	2	0	3	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	2	1	0	5	3
	Masculino / Male	6	1	2	4	4
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	4	1	1	4	5
	Fundamental II Elementary II	4	2	1	3	2
	Médio ou mais Secondary or more	3	1	1	6	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	1	1	0	5	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	1	0	5	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	7	1	1	4	5
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	5	1	2	5	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	1	2	0	5	8
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	2	1	0	4	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	4	1	2	4	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	8	0	2	5	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	6	1	2	3	3
	C	3	1	1	6	4
	DE	1	2	0	2	5

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Propaganda ou promoção na televisão Advertising on TV	Propaganda ou promoção no site de uma rede social Advertising on website or social network	Propaganda ou promoção em revistas, jornais ou gibis Advertising on magazines, newspapers or comic books
TOTAL		85	61	54
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	88	76	64
	Sul South	86	38	33
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	90	59	63
	Nordeste Northeast	73	46	39
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	88	58	54
	Masculino / Male	81	65	54
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	79	53	46
	Fundamental II Elementary II	88	65	61
	Médio ou mais Secondary or more	88	67	58
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	82	49	53
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	85	65	55
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	86	66	54
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	81	42	43
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	77	43	37
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	89	73	59
	Mais de 3 SM More than 3 MW	90	79	70
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	89	76	67
	C	86	57	53
	DE	70	45	31

¹ Base: 1.868 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,868 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 September 2013 and January 2014.

▶ 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 ANOS¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Propaganda ou promoção em sites de vídeos Advertising on video websites	Propaganda ou promoção num site de jogar jogos na Internet Advertising on online gaming websites	Propaganda ou promoção num e-mail Advertising on e-mail
TOTAL		48	30	26
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	65	41	32
	Sul South	26	15	22
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	46	26	18
	Nordeste Northeast	28	17	21
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	46	26	22
	Masculino / Male	51	35	31
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	43	23	21
	Fundamental II Elementary II	47	33	22
	Médio ou mais Secondary or more	54	34	32
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	34	34	14
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	54	35	23
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	52	25	34
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	29	17	20
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	34	16	11
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	58	35	36
	Mais de 3 SM More than 3 MW	67	47	37
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	60	42	43
	C	47	27	20
	DE	27	16	12

¹ Base: 1.868 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,868 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 September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Propaganda ou promoção numa mensagem de texto SMS no celular <i>Advertising on mobile text messages (SMS)</i>	Propaganda ou promoção em mensagens instantâneas na Internet <i>Advertising on instant messages on the Internet</i>	Outros <i>Other</i>
TOTAL		24	22	7
REGIÃO <i>REGION</i>	Sudeste <i>Southeast</i>	29	28	7
	Sul <i>South</i>	18	14	5
	Centro-Oeste e Norte <i>Center-West and North</i>	26	18	14
	Nordeste <i>Northeast</i>	18	14	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>SEX OF CHILD</i>	Feminino / Female	26	20	9
	Masculino / Male	23	24	6
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	18	18	8
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	31	24	7
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	26	23	7
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	24	11	6
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	24	26	12
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	24	24	6
RENDA FAMILIAR <i>FAMILY INCOME</i>	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	19	9	6
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	13	12	5
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	25	24	9
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	37	34	8
CLASSE SOCIAL <i>SOCIAL CLASS</i>	AB	35	30	9
	C	21	21	7
	DE	14	6	5

¹ Base: 1.868 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,868 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 September 2013 and January 2014.

F4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PROCURARAM INFORMAÇÕES SOBRE ALGUMA MARCA OU PRODUTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN THAT SEARCHED ABOUT ANY BRAND OR PRODUCT ONLINE IN THE PAST 12 MONTHS
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe/Não lembra Does not know/ Does not remember
TOTAL		29	71	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	40	59	1
	Sul South	19	81	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	24	74	1
	Nordeste Northeast	12	88	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	26	73	1
	Masculino / Male	32	68	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	19	81	0
	Fundamental II Elementary II	30	68	2
	Médio ou mais Secondary or more	36	63	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	21	79	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	30	69	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	31	68	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	9	90	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	14	86	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	36	63	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	47	53	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	47	53	0
	C	24	76	1
	DE	8	92	0

¹ Base: 1.868 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,868 Internet users from 11 to 17 years. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 INTERNET¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO PLAYED ONLINE GAMES¹

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know
TOTAL		10	89	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	12	88	0
	Sul South	9	90	1
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	10	90	0
	Nordeste Northeast	6	93	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	7	93	0
	Masculino / Male	14	86	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	9	91	0
	Fundamental II Elementary II	9	91	0
	Médio ou mais Secondary or more	12	87	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	5	95	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	6	94	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	14	85	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	14	86	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	98	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	7	92	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	9	91	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	15	85	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	16	84	0
	C	7	92	1
	DE	5	95	0

¹ Base: 1.415 usuários de Internet de 9 a 17 anos que jogaram games/jogos na Internet. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,415 Internet users from 9 to 17 years old who played online games. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Curtiu Liked	Compartilhou Shared	Descurtiu Unliked	Bloqueou Blocked
TOTAL		57	36	21	20
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	57	36	24	22
	Sul South	77	33	16	15
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	55	30	17	18
	Nordeste Northeast	46	42	18	22
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	58	29	19	23
	Masculino / Male	57	45	22	17
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	51	33	19	19
	Fundamental II Elementary II	53	44	18	20
	Médio ou mais Secondary or more	63	35	23	22
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	46	32	18	17
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	60	43	25	25
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	60	34	19	20
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	51	36	16	17
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	62	32	18	18
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	53	43	26	28
	Mais de 3 SM More than 3 MW	60	33	19	17
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	56	41	27	20
	C	62	34	18	22
	DE	39	31	14	17

¹ Base: 1.588 usuários de Internet de 11 a 17 anos que possuem perfil próprio na rede social de maior uso. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,588 Internet users from 11 to 17 years old who have their own profile on main social networking site. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS¹

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não respondeu Did not answer
TOTAL		51	49	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	65	35	0
	Sul South	35	65	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	33	67	0
	Nordeste Northeast	49	51	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	54	46	0
	Masculino / Male	50	50	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	21	79	0
	Fundamental II Elementary II	57	43	0
	Médio ou mais Secondary or more	73	27	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	67	33	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	55	45	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	60	40	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	39	61	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	17	82	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	31	69	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	59	41	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	82	18	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	79	21	0
	C	44	56	0
	DE	14	86	0

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between September 2013 and January 2014.

CONTINUA / CONTINUES ►

A4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS USARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS USED THE INTERNET IN THE PAST THREE MONTHS¹

	Percentual Percentage (%)	Em casa At home	No trabalho At work	Enquanto se desloca While out and about	Na casa de outra pessoa At someone else's house
TOTAL		93	37	18	10
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	95	39	23	11
	Sul South	93	29	2	6
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	99	35	3	6
	Nordeste Northeast	85	39	24	12
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	91	36	22	7
	Masculino / Male	95	38	15	13
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	94	12	18	4
	Fundamental II Elementary II	94	15	13	7
	Médio ou mais Secondary or more	93	50	20	13
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	97	30	19	8
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	95	34	15	14
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	94	27	26	9
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	89	53	13	10
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	80	20	22	10
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	90	15	10	7
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	97	28	17	11
	Mais de 3 SM More than 3 MW	93	55	19	9
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	94	48	19	12
	C	93	28	17	9
	DE	85	7	17	6

¹ Base: 1.162 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis usaram a Internet nos últimos três meses. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,162 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians used the Internet in the past three months. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS USARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS USED THE INTERNET IN THE PAST THREE MONTHS¹

	Percentual Percentage (%)	Na escola ou estabelecimento de ensino At school or educational institution	Centro público de acesso pago Paid public access center	Centro público de acesso gratuito Free public access center
TOTAL		10	6	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	11	6	1
	Sul South	4	5	2
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	8	0	2
	Nordeste Northeast	14	9	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	8	4	1
	Masculino / Male	11	7	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	1	5	2
	Fundamental II Elementary II	1	5	1
	Médio ou mais Secondary or more	15	6	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	8	5	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	5	10	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	5	5	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	19	4	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	1	7	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	4	9	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	11	4	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	12	6	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	11	5	1
	C	9	5	1
	DE	4	10	0

¹ Base: 1.162 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis usaram a Internet nos últimos três meses. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 1,162 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians used the Internet in the past three months. Stimulated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

A5 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS 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 USARAM
 A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS USED
 THE INTERNET IN THE PAST THREE MONTHS¹

Percentual Percentage (%)		Todos os dias ou quase todos os dias Every day or almost every day	Pelo menos uma vez por semana At least once a week	Pelo menos uma vez por mês At least once a month	Menos do que uma vez por mês Less than once a month	Não sabe Does not know
TOTAL		65	28	6	1	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	71	25	3	1	0
	Sul South	50	36	9	4	1
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	57	34	8	0	2
	Nordeste Northeast	61	26	11	2	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	65	28	5	2	0
	Masculino / Male	64	28	6	1	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	42	45	10	2	1
	Fundamental II Elementary II	55	37	6	2	0
	Médio ou mais Secondary or more	73	21	5	1	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	67	27	5	0	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	66	30	3	1	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	65	25	7	2	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	62	29	7	2	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	41	48	11	1	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	38	41	16	3	2
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	68	29	3	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	76	20	3	1	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	76	21	3	0	0
	C	56	35	7	3	0
	DE	32	33	32	3	0

¹ Base: 1.162 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis usaram a Internet nos últimos três meses. Respostas estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,162 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians used the Internet in the last three months. Stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

A8 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS
 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD²

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
	TOTAL	67	24	9	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	64	28	8	0
	Sul South	83	14	3	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	58	29	12	0
	Nordeste Northeast	68	18	14	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	63	26	11	0
	Masculino / Male	70	22	8	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	62	22	16	0
	Fundamental II Elementary II	73	19	8	0
	Médio ou mais Secondary or more	68	27	5	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	81	14	6	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	63	28	10	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	61	29	10	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	66	24	10	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	62	21	17	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	71	17	12	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	62	32	6	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	67	28	5	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	71	26	3	0
	C	66	24	10	0
	DE	59	20	21	0

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Conversa com os filhos sobre o que eles fazem na Internet <i>Talks to the children about what they do online</i>	Fica por perto enquanto eles usam a Internet <i>Remains nearby while they are online</i>	Senta com os filhos enquanto eles usam a Internet (apenas para observar o que eles fazem, sem participar do que eles estão fazendo) <i>Sits with the children while they are online (only to observe what they do, without participating in what they are doing)</i>	Realiza qualquer tipo de atividade junto com os filhos na Internet <i>Participates in shared activities with their children online</i>	Estimula os filhos a explorar e aprender coisas na Internet por conta própria <i>Encourages their children to explore and learn things online by themselves</i>	
Percentual Percentage (%)						
TOTAL	81	64	57	43	41	
REGIÃO REGION	Sudeste <i>Southeast</i>	85	69	66	51	48
	Sul <i>South</i>	88	67	39	24	30
	Centro-Oeste e Norte <i>Center-West and North</i>	74	55	53	39	39
	Nordeste <i>Northeast</i>	71	56	52	38	36
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	84	66	56	42	37
	Masculino / Male	77	61	58	43	47
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	64	43	37	24	21
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	85	69	70	50	48
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	93	78	67	54	55
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	88	75	76	58	53
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	85	60	61	49	42
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	80	68	59	44	46
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	76	59	44	32	33
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	58	31	29	17	19
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	76	62	45	31	28
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	86	68	68	51	45
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	89	74	69	58	62
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	92	78	74	65	66
	C	81	62	52	35	32
	DE	54	40	34	21	17

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

A11 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE ORIENTAÇÃO RECEBIDA PARA O USO DA INTERNET, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS

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 ANOS¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Falou como usar a internet com segurança, ou seja, sem que corra algum risco ou veja algo indevido <i>Suggested ways to use the Internet safely – i.e. avoiding risks and inappropriate content</i>	Explicou porque o conteúdo de alguns sites são bons e outros ruins <i>Explained why some websites' contents are good while others are bad</i>	Falou como deve se comportar com outras pessoas na Internet <i>Suggested ways to behave towards other people on the Internet</i>	Em geral, já falou o que deve ser feito se alguma coisa aborrecer ou assustar os filhos na Internet <i>In general, has talked about what to do if something on the Internet has bothered their children</i>	Ajudou a fazer ou encontrar alguma coisa na Internet <i>Helped to do or find something on the Internet</i>
TOTAL		69	69	68	57	50
REGIÃO REGION	Sudeste <i>Southeast</i>	75	76	75	61	54
	Sul <i>South</i>	72	75	71	68	64
	Centro-Oeste e Norte <i>Center-West and North</i>	62	65	59	56	44
	Nordeste <i>Northeast</i>	58	52	55	44	37
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	71	71	71	61	51
	Masculino / Male	65	66	64	53	49
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	50	49	46	36	23
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	70	69	70	59	49
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	83	84	85	74	72
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	74	75	73	63	70
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	69	68	69	61	51
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	70	72	71	56	45
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	65	65	64	53	43
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	42	39	40	27	17
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	66	65	65	56	47
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	72	72	70	59	50
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	79	82	78	71	68
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	81	84	80	69	71
	C	68	66	67	56	46
	DE	45	43	45	36	18

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

A17 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PASSARAM POR ALGUMA SITUAÇÃO DE INCÔMODO OU CONSTRANGIMENTO AO UTILIZAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS
 PROPORTION OF CHILDREN THAT HAVE EXPERIENCED A BOTHERSOME SITUATION WHILE USING THE INTERNET IN THE PAST 12 MONTHS, ACCORDING TO PARENTS' OR LEGAL GUARDIANS' STATEMENT
 PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Prefere não dizer Prefers not to say	Não sabe Did not know
TOTAL		8	86	0	5
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	11	84	0	5
	Sul South	8	90	0	1
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	5	89	0	6
	Nordeste Northeast	5	86	0	8
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	9	86	0	5
	Masculino / Male	8	86	0	6
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	5	86	0	10
	Fundamental II Elementary II	8	89	0	2
	Médio ou mais Secondary or more	12	85	0	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	7	90	1	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	6	91	0	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	9	85	0	6
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	10	82	0	7
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	5	85	0	10
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	7	87	0	6
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	9	87	0	4
	Mais de 3 SM More than 3 MW	12	82	0	5
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	12	84	0	4
	C	7	89	0	4
	DE	6	83	0	12

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between September 2013 and January 2014.

A18 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PROBABILIDADE DE PASSAR POR ALGUM INCÔMODO OU CONTRANGIMENTO NA INTERNET NOS PRÓXIMOS 6 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS

PROPORTION OF CHILDREN BY PROBABILITY OF A BOTHERSOME SITUATION ONLINE IN THE NEXT 6 MONTHS, ACCORDING TO PARENTS' AND LEGAL GUARDIANS' STATEMENT

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Nada provável Not at all likely	Pouco provável Not very likely	Tem chance Fairly likely	Muito provável Very likely	Não sabe Does not know
TOTAL		29	27	24	12	8
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	25	29	30	11	6
	Sul South	40	16	8	31	5
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	30	35	18	7	10
	Nordeste Northeast	30	26	25	5	13
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	27	27	23	15	7
	Masculino / Male	31	27	25	7	8
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	35	26	18	8	13
	Fundamental II Elementary II	29	30	26	5	10
	Médio ou mais Secondary or more	24	27	29	18	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	37	31	21	6	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	26	29	28	10	8
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	29	29	26	8	8
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	27	24	23	18	9
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	35	29	18	7	12
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	31	20	21	20	8
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	33	22	29	10	6
	Mais de 3 SM More than 3 MW	21	38	27	9	5
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	29	30	30	8	3
	C	26	27	22	17	8
	DE	36	23	20	4	17

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Televisão, rádio, jornais ou revistas Television, radio, newspapers or magazines	Família e amigos Family and friends	Escola dos filhos Children's school	Sites com informações sobre segurança Websites with safety information
TOTAL		42	43	26	12
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	45	51	27	16
	Sul South	29	25	31	6
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	59	52	19	7
	Nordeste Northeast	35	34	20	11
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	39	40	28	12
	Masculino / Male	44	45	24	11
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	28	28	22	5
	Fundamental II Elementary II	47	43	28	5
	Médio ou mais Secondary or more	51	54	28	20
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	41	44	36	11
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	50	40	27	15
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	39	43	23	10
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	39	44	22	12
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	19	22	27	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	41	41	19	5
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	46	45	30	7
	Mais de 3 SM More than 3 MW	47	49	29	26
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	49	50	32	24
	C	44	45	23	7
	DE	19	19	21	1

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

▶ 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Provedores de serviços de Internet Internet service providers	Governo Government	Os próprios filhos Their own children	ONGs/institutos em prol das crianças NGOs/children's advocacy institutions
TOTAL		12	6	9	5
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	18	7	12	7
	Sul South	4	4	4	1
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	6	2	3	1
	Nordeste Northeast	8	8	11	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	11	5	10	6
	Masculino / Male	12	6	8	4
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	7	5	6	3
	Fundamental II Elementary II	5	3	11	2
	Médio ou mais Secondary or more	18	7	10	7
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	12	5	7	4
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	14	5	6	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	14	6	9	7
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	9	6	11	4
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	4	5	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	5	2	5	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	12	8	11	6
	Mais de 3 SM More than 3 MW	21	8	12	7
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	21	8	11	9
	C	8	5	8	3
	DE	0	2	3	0

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Fabricantes e varejistas que comercializam os produtos Manufacturers and retailers selling the products	Outros Other	Não sabe Does not know	De nenhuma dessas fontes, não busca informações sobre isso None: does not search for information on the subject
TOTAL		2	0	1	26
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	3	0	0	19
	Sul South	1	1	2	38
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	0	0	0	14
	Nordeste Northeast	2	0	1	40
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	2	0	0	29
	Masculino / Male	2	0	1	23
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	1	0	1	43
	Fundamental II Elementary II	0	0	1	21
	Médio ou mais Secondary or more	3	1	0	14
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	2	0	0	19
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	3	0	1	21
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	2	1	1	27
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	0	1	30
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	1	0	2	48
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	0	0	1	33
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	3	0	1	21
	Mais de 3 SM More than 3 MW	3	1	0	15
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	3	1	0	14
	C	1	0	1	24
	DE	0	0	1	59

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Escola dos filhos Children's school	Televisão, rádio, jornais ou revistas Television, radio, newspapers or magazines	Governo Government	Família e amigos Family and friends
TOTAL		59	44	35	30
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	60	49	44	40
	Sul South	57	44	31	23
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	60	25	11	11
	Nordeste Northeast	61	49	36	23
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	57	44	35	30
	Masculino / Male	62	45	34	30
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	61	43	28	27
	Fundamental II Elementary II	60	48	35	36
	Médio ou mais Secondary or more	58	43	41	30
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	52	46	29	34
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	65	51	42	37
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	61	50	37	29
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	59	36	33	25
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	59	37	28	21
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	66	38	27	25
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	58	50	37	36
	Mais de 3 SM More than 3 MW	50	45	43	34
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	53	49	45	30
	C	62	43	31	33
	DE	64	39	25	17

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

▶ 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Provedores de serviços de Internet Internet service providers	Sites com informações sobre segurança Websites with safety information	ONGs/institutos em prol das crianças NGOs/children's advocacy institutions	Os próprios filhos Their own children
TOTAL		19	16	16	9
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	25	20	20	9
	Sul South	15	7	14	10
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	4	6	4	3
	Nordeste Northeast	19	24	18	15
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	21	14	17	10
	Masculino / Male	18	17	15	8
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	11	9	12	11
	Fundamental II Elementary II	23	19	16	7
	Médio ou mais Secondary or more	25	20	20	9
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	20	17	15	8
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	20	20	17	9
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	21	17	16	9
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	17	12	16	10
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	7	6	14	10
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	11	10	14	10
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	24	18	11	7
	Mais de 3 SM More than 3 MW	30	23	26	11
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	30	24	25	9
	C	16	13	12	9
	DE	6	5	10	10

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

► 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Fabricantes e varejistas que comercializam os produtos Manufacturers and retailers selling the products	Outros Other	Não sabe Does not know	De nenhuma dessas fontes, não busca informações sobre isso None: does not search for information on the subject
TOTAL		8	0	2	5
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	10	1	1	4
	Sul South	5	0	3	13
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	2	0	1	3
	Nordeste Northeast	12	1	4	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	8	0	1	6
	Masculino / Male	8	0	2	5
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	6	1	3	8
	Fundamental II Elementary II	8	1	2	6
	Médio ou mais Secondary or more	10	0	1	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	9	1	1	6
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	9	0	2	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	10	1	2	6
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	6	0	2	6
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	5	0	4	11
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	6	0	2	7
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	9	1	1	5
	Mais de 3 SM More than 3 MW	12	1	0	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	12	0	1	2
	C	7	0	2	5
	DE	2	0	3	14

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.¹ Base: 2,261 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple and stimulated answers. Data collected between September 2013 and January 2014.

CONTINUA / CONTINUES ►

B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM AS QUAIS TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPES OF ADVERTISING TO WHICH THEY WERE EXPOSED 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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Propaganda ou promoção na televisão Advertising on TV	Propaganda ou promoção no site de uma rede social Advertising on website or social network	Propaganda ou promoção em revistas, jornais ou gibis Advertising on magazines, newspapers or comic books
TOTAL		75	47	40
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	84	57	54
	Sul South	77	37	19
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	86	43	46
	Nordeste Northeast	48	33	21
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	79	47	40
	Masculino / Male	70	47	41
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	63	26	28
	Fundamental II Elementary II	79	48	44
	Médio ou mais Secondary or more	83	63	49
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	67	38	26
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	77	44	48
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	80	54	45
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	75	48	40
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	56	18	25
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	67	28	24
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	78	57	43
	Mais de 3 SM More than 3 MW	84	68	58
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	83	72	58
	C	76	40	36
	DE	52	14	16

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM AS QUAIS TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS
 PROPORTION OF CHILDREN BY TYPES OF ADVERTISING TO WHICH THEY WERE EXPOSED 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Propaganda ou promoção em sites de vídeos Advertising on video websites	Propaganda ou promoção num site de jogar jogos na Internet Advertising on online gaming websites	Propaganda ou promoção num e-mail Advertising on e-mail
TOTAL		33	25	20
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	46	33	27
	Sul South	18	13	16
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	31	22	17
	Nordeste Northeast	15	16	10
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	33	21	21
	Masculino / Male	32	29	19
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	15	12	10
	Fundamental II Elementary II	35	25	18
	Médio ou mais Secondary or more	46	35	30
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	20	23	10
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	32	31	17
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	39	28	25
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	35	20	24
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	9	7	6
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	16	11	10
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	38	27	23
	Mais de 3 SM More than 3 MW	56	44	33
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	53	42	35
	C	28	19	16
	DE	5	6	4

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PROPAGANDA/PUBLICIDADE COM AS QUAIS TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS
 PROPORTION OF CHILDREN BY TYPES OF ADVERTISING TO WHICH THEY WERE EXPOSED 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 ANOS¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual Percentage (%)	Propaganda ou promoção numa mensagem de texto SMS no celular <i>Advertising on mobile text messages (SMS)</i>	Propaganda ou promoção em mensagens instantâneas na Internet <i>Advertising on instant messages on the Internet</i>	Outros <i>Other</i>
TOTAL		18	18	2
REGIÃO <i>REGION</i>	Sudeste <i>Southeast</i>	25	22	3
	Sul <i>South</i>	10	17	4
	Centro-Oeste e Norte <i>Center-West and North</i>	20	16	2
	Nordeste <i>Northeast</i>	7	11	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>SEX OF CHILD</i>	Feminino / Female	17	17	2
	Masculino / Male	19	18	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	10	8	0
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	23	18	1
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	23	25	5
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	5	9	3
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	17	9	1
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	24	20	4
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	21	24	2
RENDA FAMILIAR <i>FAMILY INCOME</i>	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	7	5	0
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	7	6	0
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	19	24	5
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	34	28	2
CLASSE SOCIAL <i>SOCIAL CLASS</i>	AB	31	31	6
	C	14	14	1
	DE	4	4	1

¹ Base: 2.261 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 2,261 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 September 2013 and January 2014.

B2 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PASSARAM POR ALGUMA SITUAÇÃO DE INCÔMODO OU CONSTRANGIMENTO AO TEREM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

PROPORTION OF CHILDREN WHO EXPERIENCED A BOTHERSOME SITUATION WHEN HAVING CONTACT WITH ADVERTISING, 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/PUBLICIDADE DE ALGUM PRODUTO OU MARCA¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO SAW SOME ADVERTS/ADVERTISING FOR ANY PRODUCT OR BRAND¹

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe/Não lembra Does not know/ Does not remember
TOTAL		6	89	5
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	8	89	4
	Sul South	3	96	1
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	7	80	12
	Nordeste Northeast	4	93	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	6	90	4
	Masculino / Male	7	88	5
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	89	8
	Fundamental II Elementary II	6	91	3
	Médio ou mais Secondary or more	9	88	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	6	92	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	4	91	5
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	9	87	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	6	88	6
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	1	87	12
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	4	91	5
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	7	92	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	7	87	5
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	10	86	3
	C	5	91	4
	DE	1	88	12

¹ Base: 1.813 usuários de Internet de 9 a 17 anos que viram alguma propaganda/publicidade de algum produto ou marca. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

¹ Base: 1,813 Internet users from 9 to 17 years old who saw some adverts/advertising for any product or brand. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 / PUBLICIDADE DE ALGUM PRODUTO OU MARCA¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO SAW SOME ADVERTS/ADVERTISING FOR ANY PRODUCT OR BRAND²

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe / Não lembra Does not know/ Does not remember
	TOTAL	20	67	13
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	24	65	12
	Sul South	14	79	6
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	22	62	17
	Nordeste Northeast	10	69	21
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	16	71	13
	Masculino / Male	24	61	14
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	11	71	18
	Fundamental II Elementary II	26	68	7
	Médio ou mais Secondary or more	23	65	13
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	12	80	8
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	19	68	13
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	24	64	12
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	21	63	16
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	6	69	25
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	10	78	12
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	19	66	15
	Mais de 3 SM More than 3 MW	32	56	12
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	31	57	12
	C	14	73	13
	DE	6	74	20

¹ Base: 1.813 usuários de Internet de 9 a 17 anos que viram alguma propaganda/publicidade de algum produto ou marca. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 1,813 Internet users from 9 to 17 years old who saw some adverts/advertising for any product or brand. Data collected between September 2013 and January 2014.

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 THEIR PARENTS FOR A PRODUCT AFTER BEING EXPOSED TO ADVERTISEMENT ON THE INTERNET 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/PUBLICIDADE DE ALGUM PRODUTO OU MARCA¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO SAW SOME ADVERTS/ADVERTISING FOR ANY PRODUCT OR BRAND¹

	Percentual Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe/Não lembra Does not know/ Does not remember
TOTAL		29	70	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	38	61	1
	Sul South	13	87	0
	Centro-Oeste e Norte Center-West and North	26	73	1
	Nordeste Northeast	18	82	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Feminino / Female	27	72	1
	Masculino / Male	31	68	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	14	86	1
	Fundamental II Elementary II	39	61	0
	Médio ou mais Secondary or more	34	65	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	24	75	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	34	64	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	36	63	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	24	76	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	9	91	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	16	83	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	31	69	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	45	53	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	46	53	1
	C	21	78	1
	DE	7	91	1

¹ Base: 1.813 usuários de Internet de 9 a 17 anos que viram alguma propaganda / publicidade de algum produto ou marca. Dados coletados entre setembro de 2013 e janeiro de 2014.

² Base: 1,813 Internet users from 9 to 17 years old who saw any product or brand advertising. Data collected between September 2013 and January 2014.

APÊNDICES

APPENDIXES

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

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)
- 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

nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

Brazilian Network
Information Center

www.nic.br

cgi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil
Brazilian Internet
Steering Committee

www.cgi.br

Tel 55 11 5509 3511
Fax 55 11 5509 3512