

TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015

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

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015

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 2015

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

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015

SURVEY ON INTERNET USE BY CHILDREN IN BRAZIL

Comitê Gestor da Internet no Brasil
Brazilian Internet Steering Committee
www.cgi.br

São Paulo
2016

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR

Brazilian Network Information Center

Diretor Presidente / CEO : Demi Getschko

Diretor Administrativo / CFO : Ricardo Narchi

Diretor de Serviços e Tecnologia / CTO : Frederico Neves

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

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

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

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

Coordenação Executiva e Editorial / Executive and Editorial Coordination

Alexandre F. Barbosa

Coordenação Técnica / Technical Coordination

Fabio Senne, Marcelo Pitta e Tatiana Jereissati

Equipe Técnica / Technical Team

Alessandra Almeida, Alisson Bittencourt, Camila Garroux, Daniela Costa, Isabela Coelho, João Victor Dias, José Marcio Martins Junior, Juliana Doretto, Luana Thamiris de Oliveira, Luiza Mesquita, Maíra Ouríveis, Manuella Ribeiro, Maria Eugenia Sozio, Pedro Hadek, Rafael Soares, Vanessa Henriques e Winston Oyadomari

Gestão da pesquisa em campo / Field Management

Coordenação / Coordination: IBOPE Inteligência Pesquisa e Consultoria Ltda, Helio Gastaldi, Rosi Rosendo, Ana Cavalcanti, Guilherme Militão, Rildo Bicalho, Tais Magalhães

Edição / Edition

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

Apoio Editorial / Editorial Support

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

Tradução para o inglês / Translation into English: Prioridade Consultoria Ltda., Luísa Caliri, Grant Borowik e Lorna Simons

Projeto Gráfico e Editoração / Graphic Design and Publishing: DB Comunicação Ltda., Suzana De Bonis, Flavio Chin Chan, Maria Luiza De Bonis e Rita Oliveira De Bonis

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

Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil [livro eletrônico] : TIC Kids online Brasil 2015 = Survey on internet use by children in Brazil : ICT Kids online Brazil 2015 / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, [editor]. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2016.
3,700 Kb ; PDF

Edição bilingue: português/inglês. Vários tradutores.

Bibliografia
ISBN 978-85-5559-035-1

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. Núcleo de Informação e coordenação do Ponto BR. II. Título: ICT Kids online Brazil 2015 : survey on internet use by children in Brazil.

16-07975

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 2015
Pesquisa sobre o Uso da Internet
por Crianças e Adolescentes no Brasil

*ICT Kids Online Brazil 2015
Survey on Internet use by Children in Brazil*

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE (CGI.br)

(Em Outubro de 2016 / In October, 2016)

Coordenador / *Coordinator*

Maximiliano Salvadori Martinhão

Conselheiros / *Counselors*

Carlos Alberto Afonso

Demi Getschko

Eduardo Fumes Parajo

Eduardo Levy Cardoso Moreira

Flávia Lefèvre Guimarães

Flávio Rech Wagner

Francilene Procópio Garcia

Henrique Faulhaber

Hugo Paulo do Nascimento Leitão Vieira

Lisandro Zambenedetti Granville

Luiz Antonio de Souza Cordeiro

Luiz Fernando Martins Castro

Marcelo Daniel Pagotti

Marcos Dantas Loureiro

Marcos Vinícius de Souza

Nilza Emy Yamasaki

Nivaldo Cleto

Percival Henriques de Souza Neto

Rodrigo Zerbone Loureiro

Thiago Tavares Nunes de Oliveira

Secretário executivo / *Executive Secretary*

Hartmut Richard Glaser

AGRADECIMENTOS

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2015 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, para o aperfeiçoamento dos procedimentos metodológicos, além de ser primordial para 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 quarta edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) agradece aos seguintes especialistas:

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

Lucimara Desiderá e Miriam Von Zuben

Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal)

Guillermo Sunkel

Consultores em Educação e Mídias Digitais

Maria Inês Bastos e Danilo Cesar Maganhoto Doneda

Escola do Futuro (USP)

Drica Guzzi

Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef)

Gabriela Mora e Mario Volpi

Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) – Instituto Inocenti

Jasmina Byrne

Instituto Alana

Isabella Henriques e Renato Godoy

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

Aline Visconti

Ministério da Educação

Regina de Alcântara Assis

Ministério da Justiça

Igor Rodrigues Britto

Opice Blum

Juliana Abrusio

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco)

– Oficina Regional de Ciência de la Unesco para América Latina y el Caribe

Guilherme Canela Godoi

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

Maria Elizabeth Bianconcini de Almeida

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

Rita Migliora e Rosália Duarte

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR)

Dilmeire Vosgerau

Rede Kids Online América Latina

Ana Laura Martinez, Daniela Lazcano,

Laura Juliana Ramos Jaimes, Magdalena Claro,

Maria José Ravalli, Matías Dodel, Norman Moreno,

Patricio Cabello e Rolando Pérez Sanchez

Safernet Brasil

Rodrigo Nejm e Juliana Andrade Cunha

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom)

Jane Marques

Universidade de São Paulo (USP)

Claudemir Viana, Ismar de Oliveira Soares e

Rose de Melo Rocha

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Evelyn Eisenstein

Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul-SC)

Maria Isabel Rodrigues Orofino

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Maria Luiza Belloni

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Inês Vitorino

Universidade Nova de Lisboa

Cristina Ponte e José Alberto Simões

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Ubirajara de Moraes

ACKNOWLEDGEMENTS

The ICT Kids Online Brazil 2015 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 4th edition of the ICT Kids Online Brazil survey, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) would like to thank the following experts:

Alana Institute

Isabella Henriques and Renato Godoy

Brazilian National Computer Emergency Response Team (Cert.br)

Lucimara Desiderá and Miriam von Zuben

Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE)

Aline Visconti

Brazilian Society of Interdisciplinary Studies in Communication (Intercom)

Jane Marques

Economic Commission for Latin America (ECLA)

Guillermo Sunkel

Education and Digital Media Advisers

Maria Inês Bastos and

Daniilo Cesar Maganhoto Doneda

Escola do Futuro (USP)

Drica Guzzi

Federal University of Ceará (UFC)

Inês Vitorino

Federal University of Santa Catarina (UFSC)

Maria Luiza Belloni

Kids Online Latin America Network

Ana Laura Martínez, Daniela Lazcano,

Laura Juliana Ramos Jaimes, Magdalena Claro,

Maria José Ravalli, Matías Dodel, Norman Moreno,

Patricio Cabello and Rolando Pérez Sanchez

Mackenzie Presbyterian University

Ubirajara de Moraes

Ministry of Education

Regina de Alcântara Assis

Ministry of Justice

Igor Rodrigues Britto

New University of Lisbon

Cristina Ponte and José Alberto Simões

Opice Blum

Juliana Abrusio

Pontifical Catholic University of São Paulo (PUC-SP)

Maria Elizabeth Bianconcini de Almeida

Pontifical Catholic University of Paraná (PUC-PR)

Dilmeire Vosgerau

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

Rita Migliora and Rosália Duarte

Rio de Janeiro State University (UERJ)

Evelyn Eisenstein

SaferNet Brasil

Rodrigo Nejm and Juliana Andrade Cunha

United Nations Children's Fund (Unicef)

Gabriela Mora and Mario Volpi

United Nations Children's Fund (Unicef)

– **Inocenti Institute**

Jasmina Byrne

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco)

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

Guilherme Canela Godoi

University of São Paulo (USP)

Claudemir Viana, Ismar de Oliveira Soares and

Rose de Melo Rocha

University of Southern Santa Catarina (Unisul-SC)

Maria Isabel Rodrigues Orofino

SUMÁRIO / CONTENTS

- 5 **AGRADECIMENTOS** / *ACKNOWLEDGEMENTS*, 6
- 19 **PREFÁCIO** / *FOREWORD*, 193
- 21 **APRESENTAÇÃO** / *PRESENTATION*, 195
- 23 **INTRODUÇÃO** / *INTRODUCTION*, 197

PARTE 1: ARTIGOS / PART 1: ARTICLES

- 31 **MEDIAÇÃO PARENTAL NO USO DE TIC SEGUNDO A PERCEPÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES BRASILEIROS: REFLEXÕES COM BASE NA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014**
PARENTAL MEDIATION IN THE USE OF ICT AS PERCEIVED BY BRAZILIAN CHILDREN: REFLECTIONS ON THE 2014 ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY, 203
PATRICIO CABELLO, MAGDALENA CLARO E TANIA CABELLO-HUTT
- 47 **PRÁTICAS DIGITAIS, COMPORTAMENTO DE RISCO E EXPERIÊNCIAS NEGATIVAS ON-LINE ENTRE ESTUDANTES DE ENSINO SECUNDÁRIO NA FRANÇA E ÍNDIA: UM ESTUDO COMPARATIVO**
DIGITAL USES, RISK-TAKING AND ONLINE NEGATIVE EXPERIENCES AMONG SECONDARY SCHOOL STUDENTS IN FRANCE AND INDIA: A COMPARATIVE STUDY, 219
CATHERINE BLAYA, SURESH SANDARAM, KAUR KIRANDEEP E DAMANJIT SANDHU
- 57 **CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE SOFREM MAIS DO QUE OUTROS AO TEREM SEU PERFIL ON-LINE HACKEADO: O PAPEL DAS CARACTERÍSTICAS PESSOAIS E CONTEXTO SOCIAL**
CHILDREN WHO STRUGGLE MORE THAN OTHERS WITH ONLINE PROFILE HACKING: THE ROLE OF PERSONAL CHARACTERISTICS AND SOCIAL CONTEXT, 229
SOFIE VANDONINCK E LEEN D'HAENENS
- 69 **#INTERNET SEM VACILO: O DIREITO DE SER ADOLESCENTE NO AMBIENTE VIRTUAL**
SURF SAFE CAMPAIGN: THE RIGHT TO BE AN ADOLESCENT IN THE VIRTUAL ENVIRONMENT, 241
GABRIELA GOULART MORA
- 77 **O USO CRÍTICO, CRIATIVO E COMPARTILHADO DAS LINGUAGENS DIGITAIS**
THE CRITICAL, CREATIVE AND SHARED USE OF DIGITAL LANGUAGES, 249
REGINA DE ASSIS
- 83 **MINHA PRIVACIDADE, NOSSAS REGRAS: ESTRATÉGIAS SOCIAIS DE MANEJO DA PRIVACIDADE ENTRE ADOLESCENTES**
MY PRIVACY, OUR RULES: SOCIAL STRATEGIES FOR MANAGEMENT OF PRIVACY AMONG ADOLESCENTS, 255
RODRIGO NEJM
- 95 **YOUTUBERS MIRINS: MERA EXPRESSÃO ARTÍSTICA OU TRABALHO INFANTIL?**
YOUNG YOUTUBERS: ARTISTIC EXPRESSION OR CHILD LABOR?, 267
THAÍS DANTAS E RENATO GODOY

- 105 “PESSOAS QUE SÓ USAM INTERNET PARA XINGAR OUTRAS PESSOAS”: INCÔMODOS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES BRASILEIROS NA INTERNET
“PEOPLE WHO ONLY USE THE INTERNET TO SCOLD OTHERS”: THINGS THAT UPSET BRAZILIAN CHILDREN ON THE INTERNET, 277
JÉSSICA CASTRO, ZENA EISENBERG, ROSALIA DUARTE E CRISTINA CARVALHO
- 117 CRIANÇAS, ADOLESCENTES E O USO INTENSIVO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: DESAFIOS PARA A SAÚDE
CHILDREN AND THE INTENSIVE USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES: HEALTH CHALLENGES, 289
EVELYN EISENSTEIN E EDUARDO JORGE CUSTÓDIO DA SILVA

PARTE 2: TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015

PART 2: ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015

- 129 RELATÓRIO METODOLÓGICO – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015
METHODOLOGICAL REPORT – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015, 301
- 153 ANÁLISE DOS RESULTADOS – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015
ANALYSIS OF RESULTS – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015, 325

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

- 365 CRIANÇAS E ADOLESCENTES
CHILDREN
- 418 PAIS OU RESPONSÁVEIS
PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PARTE 4: APÊNDICES / PART 4: APPENDICES

- 437 LISTA DE ABREVIATURAS
LIST OF ABBREVIATIONS, 439

LISTA DE GRÁFICOS / CHART LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 37 PRÁTICAS DE MEDIAÇÃO ATIVA E DE USO COMPARTILHADO PERCEBIDAS
PERCEIVED ACTIVE MEDIATION AND CO-USE PRACTICES, 209
- 38 PRÁTICAS DE MEDIAÇÃO RESTRITIVA PERCEBIDAS
PERCEIVED RESTRICTIVE MEDIATION PRACTICES, 210
- 38 PRÁTICAS DE MONITORAMENTO PERCEBIDAS
PERCEIVED MONITORING PRACTICES, 210
- 39 “EU SEI MAIS SOBRE A INTERNET DO QUE MEUS PAIS”
“I KNOW MORE ABOUT THE INTERNET THAN MY PARENTS”, 211
- 39 QUANTO VOCÊ ACHA QUE SEUS PAIS SABEM SOBRE O QUE VOCÊ FAZ NA INTERNET?
HOW MUCH DO YOU THINK YOUR PARENTS KNOW ABOUT WHAT YOU DO ON THE INTERNET?, 211
- 49 CYBERBULLYING NA ÍNDIA E NA FRANÇA
CYBERBULLYING IN INDIA AND FRANCE, 221
- 51 COMPORTAMENTO DE RISCO NA INTERNET
RISK-TAKING ON THE INTERNET, 223
- 52 EXPERIÊNCIAS ON-LINE NEGATIVAS NA FRANÇA E ÍNDIA
NEGATIVE ONLINE EXPERIENCES IN FRANCE AND INDIA, 224
- 108 DISTRIBUIÇÃO DAS RESPOSTAS, POR FAMÍLIA
DISTRIBUTION OF THE RESPONSES, BY CODE FAMILIES, 280

ANÁLISE DOS RESULTADOS / ANALYSIS OF RESULTS

- 158 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS (2015), 330
- 159 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE NÃO ACESSARAM A INTERNET POR FALTA DE DISPONIBILIDADE NO DOMICÍLIO (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO DID NOT ACCESS THE INTERNET BECAUSE IT WAS UNAVAILABLE IN THE HOUSEHOLD (2015), 331
- 160 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET (2012–2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE (2012–2015), 332

- 161 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSAM A INTERNET DIARIAMENTE, POR CLASSE SOCIAL (2012–2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET DAILY BY SOCIAL CLASS (2012–2015), 333
- 163 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET (2012–2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET (2012–2015), 335
- 164 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET APENAS POR MEIO DE TELEFONE CELULAR (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET ONLY VIA MOBILE PHONES (2015), 336
- 165 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONEXÃO À INTERNET VIA TELEFONE CELULAR, POR CLASSE SOCIAL (2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INTERNET CONNECTION VIA MOBILE PHONES, BY SOCIAL CLASS (2015), 337
- 166 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET (2012–2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS (2012–2015), 338
- 169 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS, POR SEXO (2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET IN THE LAST MONTH, BY GENDER (2015), 341
- 171 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL EM REDES SOCIAIS (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES (2015), 343
- 172 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO PERFIL DA REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA (2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION SHARED ON SOCIAL NETWORKING PROFILES, BY AGE GROUP, 344
- 174 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS, POR FAIXA ETÁRIA (2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY MOBILE DEVICE SKILLS, BY AGE GROUP (2015), 346
- 175 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET, POR FAIXA ETÁRIA (2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS, BY AGE GROUP (2015), 347
- 176 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ENCONTRARAM PESSOALMENTE COM ALGUÉM QUE CONHECERAM NA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN WHO MET ONLINE CONTACTS OFFLINE IN THE LAST 12 MONTHS, 348
- 177 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM IMAGENS OU VÍDEOS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO SAW SEXUAL CONTENT IN IMAGES OR VIDEOS ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS (2015), 349
- 179 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA OU PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR FAIXA ETÁRIA (2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING SEEN IN THE LAST 12 MONTHS, BY AGE GROUP (2015), 351

- 179 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PROCURARAM INFORMAÇÕES SOBRE ALGUMA MARCA OU PRODUTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO SEARCHED FOR INFORMATION ABOUT ANY BRAND OR PRODUCT ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS (2015), 351
- 181 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO WITNESSED SOMEONE BEING DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS (2015), 353
- 182 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS (2015), 354
- 183 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE SE SENTIRAM DISCRIMINADOS NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO FELT DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS (2015), 355
- 184 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ACCESSED THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS (2015), 356
- 185 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS (2015)
PROPORTION OF CHILDREN USING THE INTERNET SAFELY, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS (2015), 357
- 186 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NÃO APROPRIADA PARA A SUA IDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
PROPORTION OF CHILDREN WHO WERE EXPOSED TO ONLINE ADVERTISING CONSIDERED INAPPROPRIATE FOR THEIR AGE, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS, 358

LISTA DE TABELAS / TABLE LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 35 TIPOS DE MEDIAÇÃO PARENTAL PERCEBIDOS
TYPES OF PERCEIVED PARENTAL MEDIATION, 207
- 36 PERFIL DA AMOSTRA
CHARACTERISTICS OF THE SAMPLE, 208
- 40 ESTATÍSTICA DESCRITIVA PARA OS TIPOS DE MEDIAÇÃO, POR FAIXA ETÁRIA
DESCRIPTIVE STATISTICS FOR MEDIATION TYPES, BY AGE GROUP, 212
- 40 ESTATÍSTICA DESCRITIVA PARA OS TIPOS DE MEDIAÇÃO, POR GÊNERO
DESCRIPTIVE STATISTICS FOR MEDIATION TYPES, BY GENDER, 212
- 41 ESTATÍSTICA DESCRITIVA PARA OS TIPOS DE MEDIAÇÃO, POR CLASSE SOCIAL
DESCRIPTIVE STATISTICS FOR MEDIATION TYPES, BY SES, 213
- 42 ESTATÍSTICA DESCRITIVA PARA OS TIPOS DE MEDIAÇÃO, POR USO DA INTERNET DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS
DESCRIPTIVE STATISTICS FOR MEDIATION TYPES, BY INTERNET USE OF PARENTS, 214
- 53 VITIMIZAÇÕES MÚLTIPLAS ON-LINE NA ÍNDIA E NA FRANÇA
COMPARISON OF ONLINE MULTI-VICTIMIZATION IN INDIA AND FRANCE, 225
- 61 INDICADORES DE DANOS CAUSADOS POR PERFIS HACKEADOS
PREDICTORS OF HARM FROM PROFILE HACKING, 232
- 63 INDICADORES DE ABORDAGENS DE ENFRENTAMENTO
PREDICTORS OF COPING APPROACHES, 235
- 107 DISTRIBUIÇÃO DOS CÓDIGOS NAS FAMÍLIAS
DISTRIBUTION OF THE CODE FAMILIES, 279
- 108 CINCO CÓDIGOS MAIS PRESENTES
FIVE MOST FREQUENT CODES, 280
- 109 CÓDIGOS MAIS PRESENTES NA FAMÍLIA - RISCO DE CONDUTA
MOST FREQUENT CODES IN THE CONDUCT-RELATED RISKS, 281
- 111 PREVALÊNCIA DOS CÓDIGOS, POR IDADE
PREVALANCE OF CODES, BY AGE, 283
- 111 DISTRIBUIÇÃO DOS TRÊS PRINCIPAIS CÓDIGOS CITADOS POR MENINOS, POR FAIXA ETÁRIA
DISTRIBUTION OF THE THREE MAIN CODES MENTIONED BY BOYS, BY AGE GROUP, 283
- 112 DISTRIBUIÇÃO DOS TRÊS PRINCIPAIS CÓDIGOS CITADOS POR MENINAS, POR FAIXA ETÁRIA
DISTRIBUTION OF THE THREE MAIN CODES MENTIONED BY GIRLS, BY AGE GROUP, 284

RELATÓRIO METODOLÓGICO / METHODOLOGICAL REPORT

- 134 ALTERAÇÕES NO QUESTIONÁRIO APLICADO A CRIANÇAS E ADOLESCENTES
– PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015
*CHANGES IN THE QUESTIONNAIRE ADMINISTERED TO CHILDREN
– ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015 SURVEY, 306*
- 136 DISTRIBUIÇÃO DAS ABORDAGENS REALIZADAS PARA O PILOTO DAS PESQUISAS TIC DOMICÍLIOS
E TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015, POR MUNICÍPIO VISITADO
*DISTRIBUTION OF HOUSEHOLDS APPROACHED DURING THE PILOT OF THE ICT HOUSEHOLDS
AND ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015 SURVEYS, BY MUNICIPALITY VISITED, 308*
- 139 ALOCAÇÃO DA AMOSTRA SEGUNDO ESTRATO TIC
SAMPLE ALLOCATION ACCORDING TO ICT STRATA, 311

ANÁLISE DOS RESULTADOS / ANALYSIS OF RESULTS

- 157 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES,
POR ÁREA E REGIÃO – PROPORÇÃO E ESTIMATIVA EM MILHÕES (2015)
*CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS, BY AREA
AND REGION – PROPORTION AND ESTIMATE IN MILLIONS (2015), 329*
- 168 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET
NO ÚLTIMO MÊS (2015)
*PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET
IN THE LAST MONTH (2015), 340*
- 172 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM
NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA (2015)
*PROPORTION OF CHILDREN BY NUMBER OF CONTACTS ON THEIR SOCIAL NETWORKING
PROFILES, BY AGE GROUP (2015), 344*

LISTA DE FIGURAS / *FIGURE LIST*

RELATÓRIO METODOLÓGICO / *METHODOLOGICAL REPORT*

132 INFORMAÇÕES SOBRE OS QUESTIONÁRIOS DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015
INFORMATION ON THE QUESTIONNAIRES OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015 SURVEY, 304

137 FONTES PARA O DESENHO AMOSTRAL DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015
SAMPLE DESIGN SOURCES FOR THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015 SURVEY, 309

ANÁLISE DOS RESULTADOS / *ANALYSIS OF RESULTS*

156 MODELO EU KIDS ONLINE REVISADO
REVISED EU KIDS ONLINE MODEL, 328

LISTA DE TABELAS DE RESULTADOS TABLES OF RESULTS LIST

INDICADORES SELECIONADOS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES

SELECTED INDICATORS FOR CHILDREN

- 365 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
- 367 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
- 368 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO
PROPORTION OF CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS
- 369 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET
- 373 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET
- 375 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE
- 377 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET
- 382 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL EM REDES SOCIAIS
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES
- 383 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR REDE SOCIAIS EM QUE POSSUEM PERFIL
PROPORTION OF CHILDREN BY SOCIAL NETWORKING WEBSITE IN WHICH THEY HAVE THEIR OWN PROFILE
- 384 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL
PROPORTION OF CHILDREN BY NUMBER OF CONTACTS ON SOCIAL NETWORKING PROFILE
- 386 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
- 388 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

- 390 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY PERCEPTION REGARDING THEIR INTERNET SKILLS
- 393 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS
- 396 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA OU PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING SEEN IN THE LAST 12 MONTHS
- 399 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PROCURARAM INFORMAÇÕES SOBRE ALGUMA MARCA OU PRODUTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN WHO SEARCHED INFORMATION ABOUT ANY BRAND OR PRODUCT ONLINE IN THE PAST 12 MONTHS
- 400 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE REALIZARAM ALGUMA COMPRA EM JOGOS NA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN WHO BOUGHT SOMETHING IN ONLINE GAMES
- 401 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMA DE INTERAÇÃO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE EM REDES SOCIAIS
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INTERACTION WITH ADVERTISMENTS ON SOCIAL NETWORKS
- 402 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE FORAM TRATADOS DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN WHO RECEIVED OFFENSIVE TREATMENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 403 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE AGIRAM DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN WHO BEHAVED OFFENSIVELY ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 404 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM IMAGENS OU VÍDEOS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN WHO SAW SEXUAL CONTENT IN IMAGES OR VIDEOS ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 405 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ TIVERAM CONTATO COM ALGUÉM NA INTERNET QUE NÃO CONHECIAM PESSOALMENTE
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAD CONTACT WITH SOMEONE ON THE INTERNET THEY DID NOT PERSONALLY KNOW
- 406 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ENCONTRARAM PESSOALMENTE COM ALGUÉM QUE CONHECERAM NA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE MET ONLINE CONTACTS OFFLINE IN THE LAST 12 MONTHS
- 407 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE
PROPORTION OF CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY
- 410 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDO COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT IN THE LAST 12 MONTHS

- 412 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO(A) NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN WHO WITNESSED SOMEONE BEING DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 413 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 417 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE SE SENTIRAM DISCRIMINADOS(AS) NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN WHO FELT DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

INDICADORES SELECIONADOS PARA PAIS OU RESPONSÁVEIS

SELECTED INDICATORS FOR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

- 418 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO
PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS HAVE ALREADY ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS
- 420 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 422 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 424 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NÃO APROPRIADA PARA A SUA IDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
PROPORTION OF CHILDREN WHO WERE EXPOSED TO ONLINE ADVERTISING CONSIDERED INAPPROPRIATE FOR THEIR AGE, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 425 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
PROPORTION OF CHILDREN WHO ASKED FOR A PRODUCT AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 426 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 429 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS COMPRARAM ALGUM PRODUTO SOLICITADO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS PURCHASED A PRODUCT REQUESTED AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS

430 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS

PROPORTION OF CHILDREN USING INTERNET SAFELY, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

431 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES UTILIZADAS PELOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE O USO SEGURO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY SOURCES OF INFORMATION USED BY PARENTS OR LEGAL GUARDIANS REGARDING SAFE INTERNET USE

PREFÁCIO

Ao melhorar a educação, reduzir as desigualdades e ampliar as possibilidades de diálogo, aprendizado e participação via Internet, as tecnologias de informação e comunicação (TIC) podem gerar inúmeros ganhos potenciais, contribuindo para a construção de um mundo mais justo. No entanto, a rede também pode espelhar e amplificar imperfeições e delitos que encontramos no mundo *off-line*, quando usada para ações ilícitas ou eticamente questionáveis.

O pensador britânico Gilbert Keith Chesterton (1874–1936) já dizia que os reformadores são muito eficientes ao apontar erros, mas pouco capazes de identificar os acertos. É fácil e necessário apontar falhas na Internet, mas também é importante consolidarmos e defendermos o que ela nos traz de muito positivo e os acertos que se notam no ambiente. Um deles é o modo como a rede está sendo gerida no Brasil: sua governança multissetorial, promovida pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br).

Defendendo a abertura e a liberdade da rede no país, o Comitê estabeleceu dez princípios para a governança e uso da Internet no Brasil. São proposições que promovem o respeito aos direitos humanos, a liberdade de expressão, a privacidade dos usuários e a diversidade cultural. O CGI.br também participou ativamente da construção do Marco Civil da Internet, uma legislação avançada, que, em vez de punir, estabelece princípios-chave da rede e regras de proteção aos que a usam.

Na linha dos avanços promissores, em 2016, o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), braço executivo de decisões e projetos do CGI.br, inaugurou mais uma importante melhoria na estrutura física da Internet no Brasil: um anel óptico subterrâneo de 20 quilômetros de extensão que interliga os centros de processamento de dados do NIC.br, em São Paulo. Com isso, a segurança desse segmento da infraestrutura da Internet no Brasil atinge um padrão de qualidade equivalente ao dos melhores *datacenters* em nível mundial e ampliam-se a qualidade e capacidade do serviço de troca de tráfego – Internet Exchange (PTT.br, IX.br) –, hoje o maior ponto de troca de tráfego do hemisfério Sul e um dos maiores do mundo. Uma boa gestão dos recursos advindos do registro de domínios .br e da distribuição de números IP no Brasil garante que otimizações e melhorias contínuas em prol da Internet no país sejam realizadas com financiamento do próprio NIC.br.

Esses mesmos recursos são usados na produção de estatísticas pelo Cetic.br, que mede o uso e o acesso às tecnologias de informação e comunicação (TIC) pela população brasileira em diferentes setores e gera indicadores que seguem padrões de qualidade e comparabilidade estabelecidos por organismos internacionais. Reconhecido como um centro da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), o Cetic.br atua ainda na capacitação em pesquisas TIC, estendendo essas atividades de formação para países da América Latina e da África lusófona.

Com a publicação da quarta edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil, o Cetic.br mais uma vez auxilia a sociedade a desenhar políticas públicas que não apenas promovam melhorias na rede mas que também auxiliem a inclusão digital e o uso da Internet para a promoção do bem-estar de todos.

Boa leitura!

Demi Getschko

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

APRESENTAÇÃO

Ao longo de sua trajetória, o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) consolidou-se como um fórum privilegiado e altamente qualificado para o debate de assuntos estratégicos relacionados ao desenvolvimento da Internet e da sua governança no país. Baseado em uma composição *multistakeholder*, que congrega diversos setores da sociedade e do governo, o CGI.br tornou-se também um espaço em que diferentes pontos de vista podem ser expressados e debatidos.

Ao completar 21 anos, o CGI.br encontra-se em um momento único, de maturidade e reconhecimento nos planos nacional e internacional. A realização do evento NETmundial, organizado pelo comitê e pelo governo brasileiro, gerou resultados importantes para o debate global sobre a governança da Internet. Também merece destaque a realização, pela segunda vez, do IGF no Brasil: em 2007, no Rio de Janeiro (RJ), e em 2015, em João Pessoa (PB).

A contribuição do CGI.br, entretanto, também ocorre por meio de inúmeras outras atividades regulares em prol do desenvolvimento da Internet no Brasil, tais como o Fórum da Internet, a Escola de Governança da Internet no Brasil, o Observatório da Internet, as câmaras técnicas e tantas outras iniciativas do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br). Destacam-se ainda as atividades ligadas à segurança da rede realizadas pelo Cert.br, à medição da qualidade da banda larga e à operação dos pontos de troca de tráfego (IX.br) conduzidas pelo Ceptro.br, os estudos e experimentos com novas tecnologias *web* realizados pelo Ceweb.br e as atividades do escritório W3C no Brasil.

Entre as contribuições do CGI.br para o futuro da Internet em nosso país, estão as pesquisas do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br).

Realizadas com o objetivo de subsidiar a formulação, implementação e avaliação de políticas públicas de fomento ao uso das tecnologias de informação e comunicação, os indicadores e análises gerados pelo Cetic.br representam um importante instrumento de monitoramento da sociedade da informação e dos avanços da rede no país. A produção de estatísticas confiáveis e comparáveis internacionalmente torna-se ainda mais relevante para o acompanhamento da nova agenda de desenvolvimento sustentável das Nações Unidas – Agenda 2030 – da qual o Brasil é signatário.

Dessa forma, por meio das pesquisas especializadas em TIC conduzidas pelo Cetic.br, o CGI.br oferece insumos para que governo e sociedade civil atuem em prol do desenvolvimento de uma estratégia digital brasileira e constitui-se em importante ferramenta para o acompanhamento do progresso em direção ao alcance dos objetivos do desenvolvimento sustentável.

Esperamos, com esses insumos, contribuir para o fortalecimento do papel do CGI.br, promovendo um fórum ainda mais transparente, qualificado e engajado nos debates que nortearão o futuro da Internet no Brasil.

Maximiliano Salvadori Martinhão
Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br

INTRODUÇÃO

Pesquisadores e formuladores de políticas públicas que tratam de temáticas ligadas aos direitos da infância e adolescência reconhecem que o uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) tem implicações sociais importantes para a vida das crianças, em vista das transformações impostas à maneira como se relacionam com seus pares, famílias e professores ou ainda à construção de suas identidades. No cenário brasileiro, em particular, os dispositivos digitais portáteis, como *tablets* e *smartphones*, se tornaram o meio predileto das crianças e adolescentes para acessar a Internet.

Se, por um lado, essa realidade cria muitas oportunidades de envolver os jovens em um mundo cada vez mais conectado, por outro, estabelece enormes desafios para pais e educadores, sobretudo em um país em que ainda metade dos domicílios não estão conectados à Internet¹. As variáveis sociodemográficas, como renda familiar, classe social e nível de escolaridade dos pais ou responsáveis, que impactam as condições de acesso à rede, têm também implicações importantes nas estratégias de mediação utilizadas pelos pais e responsáveis com as crianças e adolescentes.

No contexto das políticas públicas, o desafio maior está na concepção de ações que garantam o acesso universal às tecnologias digitais e, ao mesmo tempo, promovam a participação e proteção das crianças no ambiente *on-line*. Além disso, a indústria e a mídia voltadas para o público infantil têm o desafio de projetar novos produtos, transmitir e criar conteúdos adequados ao desenvolvimento integral de meninos e meninas. Já no contexto das escolas e dos educadores, os desafios poderiam ser resumidos em dois pontos principais: promoção de competências digitais e estímulo ao uso crítico e seguro das TIC – incluindo aí as questões de privacidade e proteção de dados pessoais.

Por esses motivos, tornou-se fundamental realizar medições periódicas que possam alimentar políticas públicas com dados confiáveis sobre os possíveis impactos desses dispositivos digitais na vida das crianças, seja em termos dos riscos potenciais, seja sobre as oportunidades *on-line* – além de fornecer evidências importantes para a pesquisa acadêmica.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil, realizada anualmente pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), vem justamente suprir a escassez de dados confiáveis e metodologicamente embasados sobre o tema. O estudo tem como objetivo central mapear possíveis riscos e oportunidades *on-line*, gerando indicadores sobre

¹ COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL - CGI.br. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2015*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2016. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>>. Acesso em: 5 out. 2016.

acesso à Internet por crianças e adolescentes de 9 a 17 anos de idade, e sobre os usos que fazem dela. Dessa forma, busca-se entender a percepção de jovens em relação à experiência e à segurança *on-line*, bem como delinear as práticas de mediação de pais e responsáveis relacionadas ao uso da Internet.

O estudo segue o referencial metodológico desenvolvido pela rede europeia EU Kids Online, o que permite a produção de dados comparáveis internacionalmente. Vale ressaltar também que a experiência de mais uma década na condução de pesquisas sobre as TIC tornou o Cetic.br um ator relevante nos debates internacionais de padronização de indicadores e de definições metodológicas para a produção de estatísticas sobre as tecnologias de informação e comunicação.

Assim, além de manter uma ativa participação nos fóruns acadêmicos da rede europeia EU Kids Online, o Cetic.br integra a rede Global Kids Online, uma iniciativa lançada pela London School of Economics (LSE), pelo Unicef Office of Research – Innocenti e pela própria rede EU Kids Online. O objetivo é desenvolver um conjunto de ferramentas de pesquisa padronizadas, em nível global, voltado para a coleta de dados sobre riscos, oportunidades e direitos das crianças e jovens no ambiente *on-line* – com base no que foi desenvolvido pelo projeto europeu.

Além disso, o Cetic.br coordena a rede Kids Online América Latina, que já conta com a participação de diversos países da região. A proposta desse novo projeto é adaptar o quadro teórico-metodológico de pesquisa da rede EU Kids Online ao contexto do continente e promover trocas de experiências entre pesquisadores, fomentando ainda a comparação internacional dos dados produzidos. Nesse sentido, pesquisadores chilenos, liderados por professores da Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, já vêm trabalhando na adaptação, conduzindo um projeto-piloto com perspectiva quantitativa. Na Argentina, a representação da Unicef no país já publicou os resultados de uma pesquisa, de abordagem tanto qualitativa quanto quantitativa, sobre as experiências *on-line* das crianças e jovens no país.

Outra atividade relevante que vem sendo desenvolvida pelo Cetic.br é a estruturação de uma linha de trabalho direcionada para a capacitação de pesquisadores, gestores públicos e representantes da sociedade civil e de organismos internacionais na produção e uso de estatísticas TIC. Nos últimos anos, houve um aumento da nossa capacidade na realização de *workshops* voltados para esse tema, não apenas no Brasil, mas também na América Latina e em países lusófonos da África. Nesses *workshops*, são abordados conceitos teóricos e práticos em metodologias de pesquisa, e também são estimulados debates entre usuários de dados. Essa atividade tornou-se importante para a disseminação dos resultados e para a aproximação entre produtores e consumidores de estatísticas TIC.

TIC KIDS ONLINE BRASIL MOSTRA AS DESIGUALDADES NO ACESSO À REDE NO PAÍS

A TIC Kids Online Brasil 2015 explicita a influência de aspectos demográficos e sociais para o entendimento das condições de acesso de crianças e adolescentes à Internet e da sua experiência digital – práticas e habilidades *on-line*, e as oportunidades e riscos que enfrentam. O estudo mostra ainda que o uso da rede por meio de tecnologias digitais móveis é cada vez maior e mais frequente no cotidiano das crianças e adolescentes brasileiros.

Além disso, nesta quarta edição, a pesquisa passa a produzir estimativas de totais da população de crianças e jovens sobre o acesso à Internet e os usos que fazem dela. Assim, o estudo aponta que cerca de 23 milhões de crianças e adolescentes entre 9 e 17 anos são usuários de Internet, que, de acordo com o conceito adotado pela pesquisa, é quem utilizou a rede nos três meses anteriores à entrevista. Isso corresponde a 79% da população brasileira que está nessa faixa etária. No entanto, a TIC Kids Online Brasil mostra que, em 2015, cerca de 6,3 milhões de jovens não eram usuários de Internet, sendo que 3,6 milhões nunca acessaram a rede (12% da população entre 9 e 17 anos de idade).

A falta de disponibilidade de Internet no domicílio surge como principal motivo para esses jovens não utilizarem a Internet: 15% das crianças e adolescentes (equivalente a 4,5 milhões de pessoas) afirmaram que não se conectavam à rede porque não tinham conexão à Internet em suas casas. E essa razão foi citada principalmente por jovens que moram em áreas rurais (32%) e nas regiões Norte (32%) e Nordeste (21%), por aqueles que pertencem às classes DE (37%), e pelos que têm renda familiar de até um salário mínimo (32%).

Mesmo entre os que estão conectados, as disparidades regionais e socioeconômicas sobressaem. Nas áreas urbanas, 84% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos são usuárias de Internet, enquanto nas rurais a taxa é de 56%. Na região Norte, apenas 54% dos jovens estão conectados, número que sobe para 70% no Nordeste, mas atinge números em torno de 90% nas demais regiões. Nas classes A e B, o uso da rede está praticamente universalizado (97%); e nas DE apenas metade dos jovens são usuários da rede.

Isso demonstra a persistência de desigualdades regionais e socioeconômicas marcantes que restringem oportunidades experimentadas por crianças e jovens, e que devem ser levadas em conta na promoção de políticas públicas de inclusão digital. É preciso ter especial atenção para a redução dos custos da conexão – com a elevação constante de sua qualidade –, conforme recomendam a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).²

A pesquisa também tem observado ao longo de sua série histórica que crianças e adolescentes vêm intensificando sua utilização da Internet. O uso mais frequente da rede – mais de uma vez ao dia – subiu em todas as classes sociais, ainda que o crescimento entre as crianças e adolescentes de condição socioeconômica mais alta tenha sido maior do que o ocorrido entre jovens das classes DE. No primeiro caso, foi de 21% para 80% e, no segundo, de 25% para 51%.

Esse uso se dá sobretudo por meio de telefones celulares. O crescimento da conexão por meio desses dispositivos móveis tem sido destaque na pesquisa nos últimos anos: em 2012, 21% das crianças e adolescentes brasileiros usuários da rede acessavam a rede por telefone celular, número que chegou a 82% em 2014 e, em 2015, apresenta estabilidade (85%). Um em cada três jovens conectados (31%) usa exclusivamente o celular para se conectar, e essa proporção é de 55% entre as crianças das classes DE. O uso da Internet por meio de computadores portáteis e *tablets* também permanece estável, se consideradas as margens de erro amostral.

A edição deste ano da pesquisa também passou a investigar a intolerância e discurso de ódio na rede e detectou que 40% das crianças e jovens usuários de Internet declararam já terem visto

² OCDE; BID. *Broadband Policies for Latin America and the Caribbean: A Digital Economy Toolkit*. Paris: OECD Publishing, 2016.

alguém ser discriminado na Internet no último ano – o equivalente a 9,3 milhões de crianças. O contato com casos de discriminação foi menos citado entre os mais novos (14% entre os que têm de 9 a 10 anos de idade), mas chegou a 52% no caso dos adolescentes de 15 a 17 anos.

Entre os motivos identificados para a discriminação, o mais citado foi o preconceito de cor ou raça (mencionado por 25% dos jovens usuários da rede), seguido de aparência física (14%) e relacionamento entre pessoas do mesmo sexo (11%). Além disso, 6% das crianças e adolescentes conectados disseram ter sofrido algum tipo de discriminação na Internet no último ano, o que representa 1,4 milhão de jovens. Esses números traduzem situações de riscos *on-line* que devem ser objeto de políticas públicas no âmbito educacional e de outras ações governamentais quanto à segurança na rede, mas que também precisam se tornar objeto de estratégias de mediação de pais e responsáveis. É importante lembrar ainda que esses não são problemas exclusivos da rede e ocorrem ao mesmo tempo no dia a dia dos jovens brasileiros.

Esses e outros resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2015 – apresentados em detalhes nas diversas tabelas agregadas, bem como no relatório analítico dos dados que fazem parte desta publicação – possibilitam delinear um cenário do acesso às TIC e de seu uso por crianças e adolescentes no Brasil.

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

Esta publicação está estruturada da seguinte forma:

Parte 1 – Artigos: apresenta contribuições de especialistas acadêmicos e de representantes do governo e de organizações internacionais, que abordam questões de grande importância para o debate sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes. Os artigos fazem um balanço do atual cenário de transformação da utilização da rede pelos jovens, destacando temas como o uso crítico e compartilhado das linguagens digitais, o direito dos adolescentes de participação *on-line* e o fenômeno dos jovens como produtores de conteúdos em plataformas de vídeos. Do ponto de vista dos riscos, os artigos abordam o uso excessivo da Internet, questões de privacidade e os problemas causados por perfis *hackeados* em redes sociais. Entre os estudos empíricos que exploram as bases de dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil estão debates sobre os aspectos que incomodam crianças e adolescentes na Internet e o tema da mediação parental;

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

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

Como vimos, os resultados desta quarta edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil explicitam as rápidas transformações no perfil de uso da Internet por crianças e adolescentes. Todo o esforço empregado para a produção das pesquisas TIC do CGI.br tem como principal objetivo produzir indicadores confiáveis, atualizados e relevantes para os nossos leitores. Esperamos que os dados e análises desta edição constituam um importante insumo para gestores públicos, pesquisadores acadêmicos, empresas do setor privado e organizações da sociedade civil em suas iniciativas voltadas à construção da sociedade da informação e do conhecimento e para a formulação e avaliação de políticas públicas destinadas à promoção e proteção dos direitos da infância.

Boa leitura!

Alexandre F. Barbosa

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

ARTIGOS

MEDIAÇÃO PARENTAL NO USO DE TIC SEGUNDO A PERCEPÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES BRASILEIROS: REFLEXÕES COM BASE NA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2014

Patricio Cabello¹, Magdalena Claro² e Tania Cabello-Hutt³

INTRODUÇÃO

As crianças e adolescentes estão crescendo em um mundo conectado pela Internet, por dados móveis, redes sociais e outras tecnologias digitais. Em particular, o acesso à Internet aumentou significativamente entre os jovens, que a utilizam em diferentes espaços (por exemplo, em casa, na escola e em lugares públicos) e com finalidades diversas, como recreação, comunicação e para aprendizagem formal e informal (ITO, 2010; RIDEOUT et al, 2010; LIVINGSTONE et al, 2011; PEDRÓ, 2012). Apesar de os países do Sul Global estarem menos conectados que aqueles do Norte, as crianças e os adolescentes da América Latina estão usando cada vez mais as tecnologias digitais. Em 2014, mais de 70% das crianças e dos adolescentes brasileiros entre 10 e 17 anos de idade foram considerados usuários da Internet⁴ (CGI.br, 2015a). Entre esses usuários mais de 50% faziam uso da Internet em seus quartos (SOZIO et al, 2015).

Pesquisas recentes evidenciam que essas tecnologias trazem oportunidades e riscos para as crianças e os adolescentes, e que a mediação parental é particularmente desafiadora nessas circunstâncias (LIVINGSTONE; BULGER, 2013). Tais tecnologias entram não somente nos

¹ Doutorado em Psicologia Social pela Universidade Complutense de Madrid (UCM), na Espanha, mestrado em Método de Pesquisa Social pela UCM, mestrado em Antropologia e Desenvolvimento pela Universidade do Chile, e psicólogo pela Universidade Central do Chile. Professor associado na Escola de Jornalismo na Pontifícia Universidade Católica (PUC) de Valparaíso, no Chile. Coordenador da pesquisa Kids Online Chile e coordenador acadêmico da Rede Latino-americana Kids Online.

² Doutorado em Ciências da Engenharia pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) do Chile, mestrado em Ciência Social da Educação pela Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, socióloga pela PUC do Chile. Professora assistente da Faculdade de Educação da PUC do Chile. Coordenadora acadêmica do Observatório de Práticas Educacionais da PUC.

³ Doutoranda e professora assistente da graduação na Universidade da Carolina do Norte, Chapel Hill. Socióloga pela PUC do Chile.

⁴ Para os fins deste artigo, de acordo com a pesquisa realizada pelo Cetic.br, usuário da Internet é o indivíduo que usou a Internet pelo menos uma vez nos três meses que antecederam à entrevista.

domicílios, mas também nos quartos dos jovens e os acompanham em suas atividades fora de casa. O acesso não supervisionado a uma ampla variedade de conteúdos e relações sociais é, portanto, uma questão que preocupa os pais diante de seu papel de socialização (LIVINGSTONE; HELSPER, 2008).

A mediação parental no uso da Internet pelas crianças e adolescentes pode ser definida como estratégias reguladoras introduzidas pelos pais para maximizar os benefícios e minimizar os riscos da Internet para seus filhos (KIRWIL et al, 2009). A mediação parental pode ser classificada da seguinte maneira: a) mediação ativa no uso da Internet (uso compartilhado): práticas que envolvem falar sobre conteúdos da Internet e atividades *on-line*, estar ao lado das crianças e dos adolescentes enquanto eles estão *on-line* e compartilhar ativamente essas experiências com eles; b) mediação ativa quanto a segurança da Internet: atividades e recomendações com a finalidade de promover o uso mais seguro e responsável da Internet; c) mediação restritiva: estabelecimento de regras que limitam o tempo gasto *on-line*, o local de uso e os conteúdos e atividades; e d) restrições técnicas: uso de *software* e ferramentas técnicas para filtrar, restringir e monitorar as atividades *on-line* das crianças e adolescentes (LIVINGSTONE et al, 2015).

Nesse contexto, os pais tentam implementar uma série de estratégias de mediação, com diferentes características e resultados, dependendo de fatores como idade do filho, gênero e a situação socioeconômica da família (NATHANSON, 1999; LIVINGSTONE; HELSPER, 2008; BYRNE; LEE, 2011; NUNES DE ALMEIDA et al, 2012; HOLLINGWORTH et al, 2011). Mais especificamente com relação à classe social das famílias, um estudo mostra que a atividade *on-line* dos alunos é influenciada pelo acesso diferenciado dos pais ao capital econômico e cultural e pelas experiências diversificadas com as tecnologias (HOLLINGWORTH et al, 2011). Em famílias de classe social mais alta, os pais tendem a apresentar mais habilidades digitais e agir como tutores dos filhos (VEKIRI, 2010). Por sua vez, em famílias de classe social mais baixa e em ambientes que proporcionam menos contato com mídias os pais não são usuários ou são usuários iniciantes e, dessa forma, fornecem pouco suporte tecnológico ou supervisão aos filhos (NUNES DE ALMEIDA et al, 2012). Ao mesmo tempo, um estudo mostra que as características das classes sociais não são lineares, pois nem todos desempenham as mesmas práticas e nem respondem às situações da mesma maneira (NUNES DE ALMEIDA et al, 2012; HOLLINGWORTH et al, 2011). Pesquisas também revelam que os estereótipos de gênero e as práticas de socialização influenciam a diversidade digital, e que o gênero exerce um papel na determinação de graus de influência parental (LIVINGSTONE et al, 2005; NUNES DE ALMEIDA et al, 2012). Por fim, com relação à idade, evidências indicam que as crianças e adolescentes com menos de 11 anos de idade em geral são mais influenciadas e supervisionadas de perto pelos pais (JOHN, 1999). Após essa idade, essa influência perde relevância, pois os pares e outros agentes de socialização se tornam mais importantes (LEWIN et al, 2008; NUNES DE ALMEIDA et al, 2012).

As evidências fornecidas pelas pesquisas sobre o uso da Internet com crianças e adolescentes da Europa (EU Kids Online) sublinham que, de acordo com o relato dos pais, há poucas diferenças conforme a classe social. Isso também indica que as meninas de classe social mais alta recebem mais mediação parental que os meninos da mesma classe social (porém, essas diferenças diminuem e tornam-se quase inexistentes entre meninos e meninas de faixa etária superior) e que as crianças e adolescentes mais novos tendem a receber mais mediação do que os mais velhos (LIVINGSTONE; HELSPER, 2008; LIVINGSTONE et al, 2011). Além disso, os resultados mostram que as crianças e os adolescentes com mais oportunidades também estão expostos a mais riscos, e que os esforços para limitar possíveis

problemas podem reduzir as oportunidades (LIVINGSTONE; BULGER, 2013). Nesse cenário, a mediação parental provou ser eficaz na redução de riscos, no enfrentamento emocional do problema e no desenvolvimento de habilidades digitais entre os jovens (PASQUIER et al, 2012).

Existem poucas evidências relacionadas a esse tema na América Latina, mas uma hipótese plausível é a de que, como as desigualdades são mais intensas nessas sociedades, a classe social das crianças e adolescentes pode ter um impacto na construção da ecologia digital de meninas e meninos, particularmente com relação ao papel das famílias (LIVINGSTONE et al, 2015). Alinhada a essa ideia, a pergunta que norteia este artigo é: como a mediação parental no uso da Internet, conforme percebida pelas crianças e adolescentes, está associada ao gênero, à idade, à classe social e ao uso da Internet pelos pais no contexto do Brasil?

O caso do Brasil é relevante e interessante por si só, mas também pode fornecer problematizações relevantes para pesquisas a serem desenvolvidas em outros países da América Latina, onde investigações sobre esses temas estão aumentando. A compreensão sobre essas questões em termos de recursos e habilidades que os pais da América Latina têm para mediação parental é fundamental para enfatizar estratégias de intervenção e formulação de políticas públicas. Esse objetivo faz parte de esforços recentes para expandir os estudos e a formulação de políticas públicas sobre esse tema na América Latina. A rede Kids Online América Latina foi criada recentemente e está concentrada no estudo de oportunidades, riscos, mediações e outros fenômenos emergentes relacionados ao uso da Internet e de tecnologias digitais pelas crianças e adolescentes. Este artigo tem como objetivo contribuir para os esforços dessa rede e gerar conhecimento que subsidie debates e tomadas de decisões sobre tais temas na América Latina.

Por fim, enquanto a maioria dos estudos considera o relato dos pais, a análise apresentada neste estudo adota um ponto de vista construtivista, em que as percepções das crianças e adolescentes são fundamentais para compreender a mediação parental.

AMOSTRA E METODOLOGIA

AMOSTRA

Os dados analisados neste estudo foram extraídos da pesquisa TIC Kids Online Brasil⁵. O projeto original, EU Kids Online, desenvolvido por Sonia Livingstone e uma equipe de pesquisadores da London School of Economics and Political Sciences⁶, foi implementado em 25 países europeus. No Brasil, a pesquisa é realizada anualmente, desde 2012, pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br).

A pesquisa TIC Kids Online Brasil (CGI.br, 2015b) tem como objetivo investigar as oportunidades e os riscos associados ao uso da Internet por crianças e adolescentes brasileiros. Em 2014, a amostra incluiu 2.105 crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos que eram usuários

⁵ O Cetic.br autorizou o uso do banco de dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 no desenvolvimento do projeto Kids Online Chile, coordenado por Patricio Cabello.

⁶ Veja mais detalhes sobre o projeto em: <<http://www.eukidsonline.net>>.

da Internet e 2.105 pais ou responsáveis (para cada criança/adolescente incluído na amostra um pai/responsável foi entrevistado). Os usuários da Internet foram definidos como indivíduos que usaram a Internet pelo menos uma vez nos três meses que antecederam à entrevista. A pesquisa seguiu um método de amostragem por conglomerados em quatro estágios de seleção pelo método de probabilidade proporcional ao tamanho (PPT), estratificação e seleção de municípios, setores censitários e, por último, seleção sistemática de domicílios e amostragem aleatória simples de crianças ou adolescentes.

INDICADORES

Todas as perguntas analisadas neste artigo foram coletadas por meio de questionário aplicado a crianças e adolescentes, a não ser que especificado de outra forma. As crianças/adolescentes e seus pais/responsáveis responderam às perguntas sobre mediação parental no uso da Internet. Contudo, para os fins deste estudo, somente as respostas das crianças e adolescentes foram analisadas, com ênfase na mediação que eles dizem receber de fato, ou à qual percebem estar sujeitos.

Quatro tipos de mediação parental foram incluídos nesta análise:

1. Mediação ativa e uso compartilhado da Internet: desenvolvida e validada por Dürager e Sonck (2014), a mediação ativa envolve a explicação e discussão sobre os conteúdos de mídia acessados pelas crianças e adolescentes, ao passo que a mediação de uso compartilhado envolve o engajamento em atividades na mídia com as crianças e adolescentes (Tabela 1) (NIKKEN; JANSZ, 2014). Para as comparações das médias entre os grupos, todos os itens da mediação ativa e uso compartilhado foram agrupados como uma variável com a quantidade total de atividades sobre as quais as crianças e adolescentes responderam “sim”;
2. Mediação restritiva do uso da Internet: definida, por Dürager e Sonck (2014), como a determinação de regras sobre onde, quando, em quais conteúdos e por quanto tempo as crianças e adolescentes ficam *on-line* (Tabela 1). Para as comparações das médias entre os grupos, todos os itens relacionados à mediação restritiva foram agrupados como uma variável da soma dos itens. Os valores a seguir foram atribuídos: 1) para “pode fazer isso a qualquer momento”, 2) para “pode fazer isso somente com permissão ou supervisão” e 3) para “nunca pode fazer isso”;
3. Monitoramento do uso da Internet: definido como a verificação dos registros disponíveis sobre o uso da Internet pelas crianças e adolescentes depois que tal uso ocorre (LIVINGSTONE et al, 2011) (Tabela 1). Para as comparações das médias entre os grupos, todos os itens foram agrupados como uma variável com a quantidade total de atividades às quais as crianças e adolescentes responderam “sim”.
4. Mediação técnica no uso da Internet⁷: definida como uso de *software* ou controles parentais para filtrar, restringir ou monitorar o uso da Internet pelas crianças e adolescentes (LIVINGSTONE et al, 2011) (Tabela 1). Para as comparações das médias entre os grupos, todos os itens foram agrupados como uma variável com a quantidade total de atividades às quais as crianças e adolescentes responderam “sim”.

⁷ Informações não coletadas de crianças e adolescentes com 9 a 10 anos de idade.

O objetivo desta análise foi avaliar as diferenças nas práticas de mediação parental, conforme percebidas pelas crianças e adolescentes, com relação às variáveis abaixo:

- Gênero da criança;
- Faixa etária da criança: de 9 a 10 anos, de 11 a 12, de 13 a 14 e de 15 a 17 anos de idade;
- Classe social (com base no critério da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa – Abep⁸): alta (A e B), média-alta (C1), média (C2) e baixa (D e E);
- Uso da Internet pelos pais, relatado pelo pai/mãe ou responsáveis.

TABELA 1
TIPOS DE MEDIAÇÃO PARENTAL PERCEBIDOS

Mediação ativa e uso compartilhado da Internet	Seus pais ou responsáveis às vezes... Conversam com você sobre o que você faz na Internet? Estimulam que você explore e aprenda coisas na Internet por conta própria? Sentam com você enquanto você usa a Internet (apenas para observar o que faz, sem participar)? Ficam por perto quando você usa a Internet? Realizam atividades junto com você na Internet? Ajudam você quando você tem alguma dificuldade para fazer ou encontrar algo na Internet? Sugerem maneiras de usar a Internet com segurança? Explicam por que alguns sites são bons ou ruins? Sugerem maneiras de se comportar com outras pessoas na Internet? No geral, conversam com você sobre o que você deveria fazer se alguma coisa na Internet o aborrecer?
Mediação restritiva no uso da Internet	Para cada atividade abaixo, diga se o seu pai/mãe ou responsável ATUALMENTE permite que você faça a qualquer momento, somente com permissão ou supervisão, ou nunca permite: Participar com seu próprio perfil em redes sociais. Dar informações pessoais para outras pessoas na Internet (por ex., nome completo, endereço ou telefone). Usar mensagens instantâneas. Baixar músicas ou filmes da Internet. Assistir a vídeos na Internet (por exemplo, no YouTube). Carregar fotos, vídeos ou músicas para compartilhar com outras pessoas. Fazer alguma compra pela Internet/ comprar produtos ou serviços. Jogar jogos com outras pessoas pela Internet. Postar fotos, vídeos ou músicas na Internet.
Monitoramento do uso da Internet	Depois de você usar a Internet em casa, o seu pai/mãe ou responsável às vezes verifica uma das coisas abaixo? Sites que você visitou. Mensagens na sua conta de e-mail ou em programa de troca de mensagens, como o WhatsApp. Seu perfil/página em redes sociais ou em comunidades on-line, como Facebook, Instagram ou Twitter. Os amigos ou contatos que você adiciona em seu perfil em redes sociais.
Mediação técnica no uso da Internet	Até onde você sabe, o seu pai/mãe ou responsável usa uma das opções abaixo no computador que você mais usa em casa? Formas de bloquear ou filtrar alguns tipos de sites. Um aplicativo ou software que registra quais sites você visita. Um serviço ou plano que limita o tempo que você pode passar na Internet. Software para evitar spam, lixo eletrônico por e-mail ou vírus.

Uma descrição geral da amostra, incluindo as variáveis independentes usadas nesta análise, é apresentada na Tabela 2.

⁸ O Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB) é um instrumento para segmentação econômica baseado nas características dos domicílios usadas para classificar a população, como a existência de bens duráveis para consumo no domicílio e o nível de escolaridade do chefe da casa. A faixa de pontuação atribuída a cada característica é comparada a uma das cinco classificações de estratos econômicos: A, B, C, D e E.

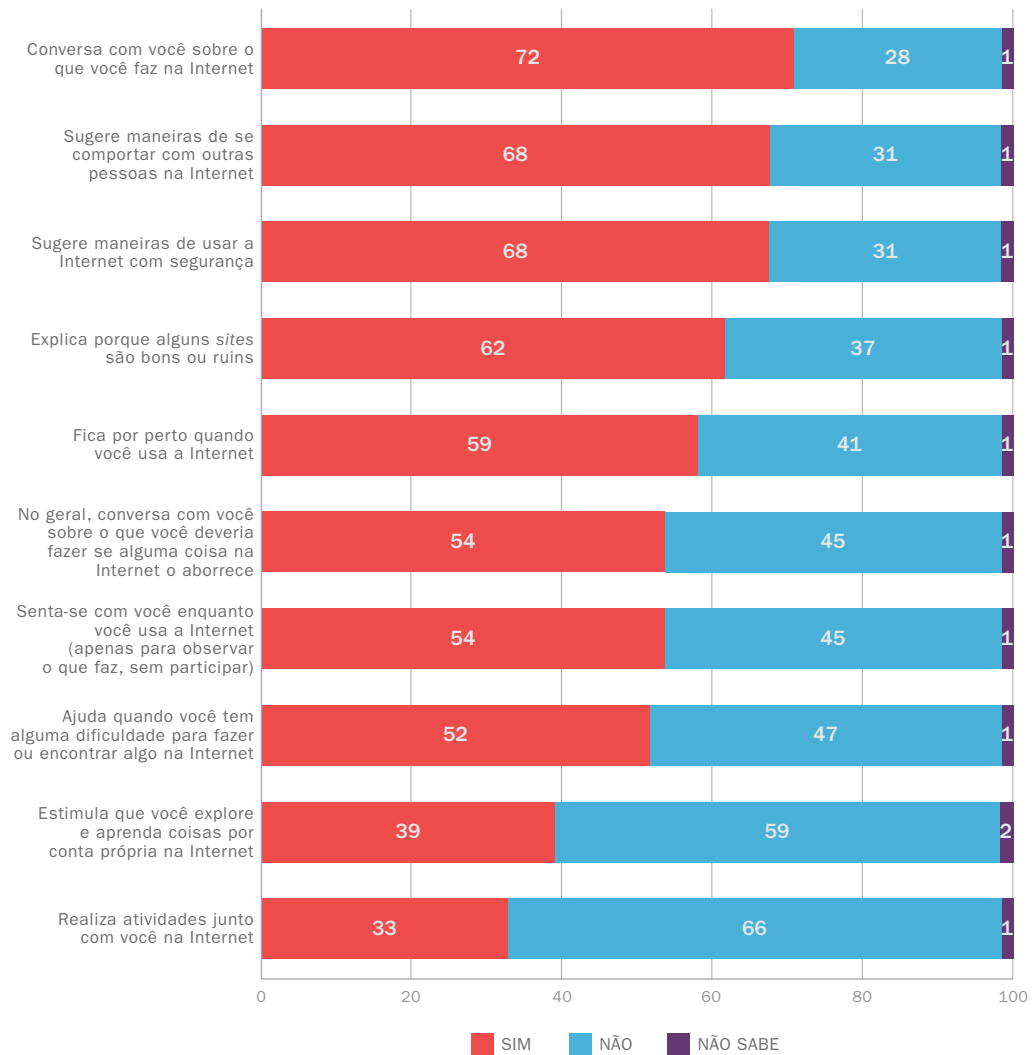
TABELA 2
PERFIL DA AMOSTRA

Variável	%
Classe social (n=2.105)	
Alta	24,3
Média-alta	25,6
Média	33,8
Baixa	16,3
Adulto responsável – usuário de Internet (n=2.104)	
Adulto responsável – usuário de Internet (n=1.509)	50,9
Adulto responsável – uso de Internet nos últimos 3 meses (n=980)	96
Acesso no computador em casa (qualquer membro da família, qualquer tipo) (n=2.104)	
Computador de mesa em casa (n=2.104)	42,2
Notebook em casa (n=2.105)	39,3
Tablet em casa (n=2.104)	30,2
Grau de parentesco com a criança ou adolescente (n=2.015)	
Pai ou mãe	89,9
Avô ou avó	5,5
Padrasto ou madrasta	2,3
Outro	2,3

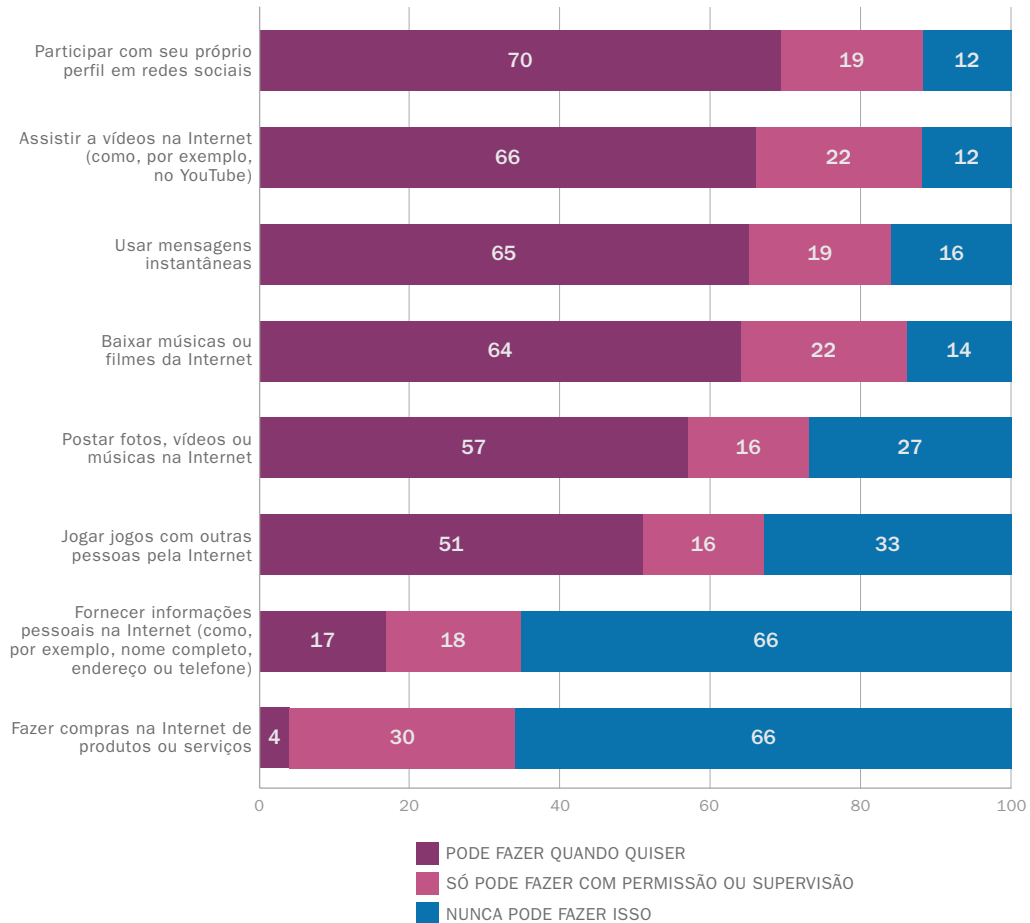
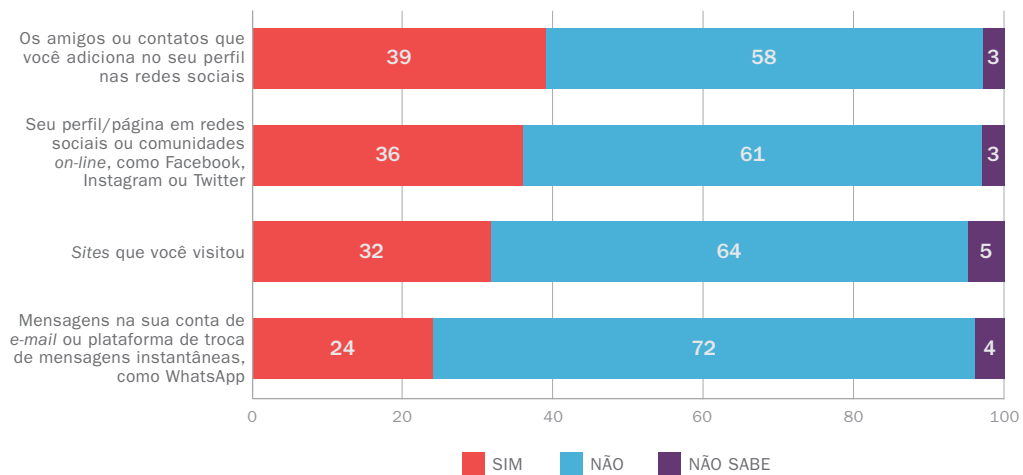
RESULTADOS

MEDIAÇÃO PARENTAL PERCEBIDA

No que tange às práticas de mediação parental ativa e uso compartilhado percebidas (Gráfico 1), as práticas mais comuns foram aquelas em que os pais conversam com seus filhos sobre o que estes fazem na Internet e, diante disso, colocam sugestões e explicam ou conversam com os filhos sobre como usar a Internet com segurança, como se comportar *on-line*, explicam por que alguns *sites* são bons ou ruins e ficam por perto enquanto os filhos usam a Internet. Esse tipo de mediação parece ser impulsionado principalmente pela preocupação sobre segurança e prevenção de riscos *on-line*. As práticas relativamente menos comuns que se revelaram foram aquelas em que os pais passam mais tempo com os filhos, como por exemplo, sentar-se com os filhos enquanto estes usam a Internet, ajudando-os no caso de dificuldade para fazer ou encontrar algo. Por fim, realizar atividades junto com o filho e estimular que as crianças e adolescentes explorem e aprendam coisas sozinhos na Internet, o que pode implicar uma percepção positiva das oportunidades *on-line*, foram práticas percebidas com menor frequência.

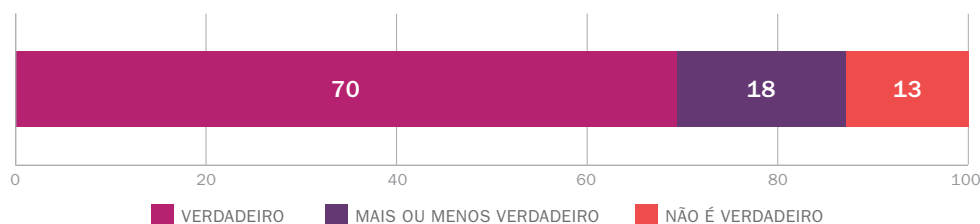
GRÁFICO 1
PRÁTICAS DE MEDIAÇÃO ATIVA E DE USO COMPARTILHADO PERCEBIDAS (%)

Relativamente à mediação restritiva percebida (Gráfico 2) e considerando a amostra de crianças e adolescentes que buscaram essas atividades, as ações mais bloqueadas se referiram a fazer compras *on-line* e fornecer informações pessoais na rede. A maioria das crianças e adolescentes disse que podia ter seus próprios perfis em redes sociais, assistir e baixar vídeos e músicas e usar mensagens instantâneas. No geral, a maioria das crianças e adolescentes respondeu que seus pais não verificavam o que elas faziam *on-line*. Porém é mais comum os pais monitorarem suas atividades nos *sites* de redes sociais do que em outros *sites* e nas plataformas de mensagens instantâneas (Gráfico 3).

GRÁFICO 2
PRÁTICAS DE MEDIAÇÃO RESTRITIVA PERCEBIDAS (%)GRÁFICO 3
PRÁTICAS DE MONITORAMENTO PERCEBIDAS (%)

Para compreender as percepções de mediação parental, é importante considerar se os pais, enquanto agentes importantes de socialização, são reconhecidos como atores legitimados para atuarem como mediadores. Conforme ilustrado no Gráfico 4, a maioria das crianças e adolescentes (70%) acredita que sabe mais sobre a Internet do que os pais. Apenas 13% das crianças e adolescentes acredita que isso não é verdade.

GRÁFICO 4
“EU SEI MAIS SOBRE A INTERNET DO QUE MEUS PAIS” (%)



Todavia, quando questionadas de modo geral a respeito do quanto elas acham que seus pais sabem sobre o que elas fazem na Internet (Gráfico 5), a maioria das crianças e adolescentes respondeu “muito” (35%) ou “mais ou menos” (30%). Somente 16% das crianças e adolescentes colocaram que seus pais não sabem “nada” sobre o que fazem *on-line*, e 18% responderam “apenas um pouco”. Esses resultados sugerem que a legitimação dos pais como mediadores é uma questão que envolve não somente as habilidades digitais, mas, também, a vida *on-line* das crianças e adolescentes como resultado de negociações em família (BRONFENBRENNER, 1987; 2005), particularmente quando se refere a uma autonomia progressiva dos jovens.

GRÁFICO 5
QUANTO VOCÊ ACHA QUE SEUS PAIS SABEM SOBRE O QUE VOCÊ FAZ NA INTERNET? (%)



DIFERENÇAS NAS MEDIAÇÕES PARENTAIS

Nesta seção, os diferentes tipos de mediação parental, conforme percebidos pelas crianças e adolescentes, são comparados. Para isso, foram criadas variáveis compostas de mediação, segundo a descrição apresentada na seção Amostra e Metodologia. Além disso, para calcular a quantidade de práticas de mediação parental que as crianças e adolescentes percebiam, foi criado um indicador para incluir todos os tipos de mediação.

DIFERENÇAS POR IDADE

As crianças e adolescentes de 11 a 12 anos de idade percebem mais a mediação ativa, uso compartilhado e monitoramento do que aqueles de outras idades (Tabela 3). A mediação restritiva parece estar negativamente associada à idade; as crianças e adolescentes mais jovens percebem mais a mediação restritiva do que os mais velhos. As crianças e adolescentes de 11 a 12 e de 15 a 17 anos disseram estar mais sujeitos à mediação técnica do que as crianças e adolescentes das outras idades estudadas.

Ao analisar a mediação total, as crianças e adolescentes mais jovens revelaram perceber de maneira mais significativa as práticas de mediação do que as outras crianças e adolescentes estudadas.

TABELA 3
ESTATÍSTICA DESCRITIVA PARA OS TIPOS DE MEDIAÇÃO, POR FAIXA ETÁRIA

	Faixas etárias							
	9-10		11-12		13-14		15-17	
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Mediação ativa e uso compartilhado	5,92	3,03	6,14	2,85	5,48	2,59	5,20	3,04
Mediação restritiva	9,56	4,26	7,39	3,60	4,96	4,00	4,65	3,21
Monitoramento	1,17	1,51	1,40	1,49	0,98	1,37	1,02	1,42
Mediação técnica	n/a	n/a	0,98	1,15	0,83	1,12	0,94	1,15
Mediação total	16,65	4,77	15,90	5,85	12,26	7,01	11,81	6,16

DIFERENÇAS POR GÊNERO

As meninas perceberam mais todos os tipos de mediação do que os meninos (Tabela 4). Todas as diferenças são estatisticamente significativas no intervalo de confiança de 95%. A diferença foi maior para as práticas de mediação restritiva.

TABELA 4
ESTATÍSTICA DESCRITIVA PARA OS TIPOS DE MEDIAÇÃO, POR GÊNERO

	Gênero			
	Meninas		Meninos	
	M	DP	M	DP
Mediação ativa e uso compartilhado	5,97	2,89	5,20	2,83
Mediação restritiva	6,97	4,06	5,15	4,02
Monitoramento	1,27	1,50	0,94	1,36
Mediação técnica	0,89	1,15	0,64	1,03
Mediação total	15,10	6,17	11,93	6,48

DIFERENÇAS POR CLASSE SOCIAL

A Tabela 5 elenca o número médio de ações dos pais que as crianças e adolescentes relataram por classe social. Conforme descrito na seção Amostra e Metodologia, classes sociais no Brasil são divididas em quatro grupos: alta, média-alta, média e baixa. Primeiro, as comparações mostram que as crianças e adolescentes de classes sociais altas parecem receber mais a mediação ativa e uso compartilhado do que as crianças e adolescentes de classes mais baixas. As crianças e adolescentes de classe média-alta revelaram mais a mediação ativa e uso compartilhado do que as crianças e adolescentes de todos os outros grupos. As crianças e adolescentes de classe social baixa relataram menos mediação ativa e uso compartilhado do que as crianças e adolescentes de todos os outros grupos.

Com relação à mediação restritiva, a análise dos dados indica um padrão oposto. As crianças e adolescentes de classe social mais baixa tenderam a relatar mais a mediação restritiva do que as crianças e adolescentes de classe social mais alta. Quanto ao monitoramento e à mediação técnica, as crianças e adolescentes de classe alta e média-alta indicaram mais a mediação do que as crianças e adolescentes de classe média. Da mesma forma, as crianças e adolescentes de classe média relataram mais esse tipo de mediação do que as crianças e adolescentes de classe social baixa. Ao analisar as diferenças em termos de mediação total, a classe social média-alta apresentou a média mais alta, seguido da classe alta, baixa e, por fim, média.

TABELA 5
ESTATÍSTICA DESCRITIVA PARA OS TIPOS DE MEDIAÇÃO, POR CLASSE SOCIAL

	Classe social									
	Alta		Média-alta		Média		Baixa		Total	
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Mediação ativa e uso compartilhado	6,04	2,74	6,22	2,96	5,22	2,72	4,74	2,98	5,60	2,88
Mediação restritiva	5,63	3,63	6,05	3,68	6,03	4,57	7,04	4,48	6,10	4,15
Monitoramento	1,29	1,44	1,27	1,50	0,99	1,43	0,85	1,31	1,11	1,44
Mediação técnica	0,82	1,03	0,85	1,13	0,79	1,19	0,52	0,92	0,77	1,10
Mediação total	13,78	6,43	14,40	6,22	13,03	6,82	13,14	6,31	13,58	6,52

DIFERENÇAS POR USO DA INTERNET DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

As crianças e adolescentes cujos pais ou responsáveis responderam ser usuários da Internet percebem mais a mediação ativa, uso compartilhado, monitoramento e mediação técnica do que as crianças e adolescentes cujos pais ou responsáveis não são usuários da Internet (Tabela 6). Os pais ou responsáveis que disseram não usar a Internet tendem a adotar medidas mais restritivas de mediação. Relativamente à mediação total, os pais ou responsáveis que usam a Internet revelaram adotar mais práticas de mediação em geral com seus filhos. Todas as diferenças são estatisticamente significativas no intervalo de confiança de 95%.

TABELA 6
ESTATÍSTICA DESCRITIVA PARA OS TIPOS DE MEDIAÇÃO, POR USO DA INTERNET DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS

	Os pais ou responsáveis (entrevistado) usam a Internet?				O outro responsável (não entrevistado) usa a Internet?			
	Não		Sim		Não		Sim	
	M	DP	M	DP	M	DP	M	DP
Mediação ativa e uso compartilhado	4,90	2,91	6,24	2,71	5,48	3,03	6,02	2,62
Mediação restritiva	6,94	4,32	5,33	3,82	6,83	4,06	5,02	3,81
Monitoramento	0,87	1,35	1,34	1,49	1,12	1,46	1,19	1,44
Mediação técnica	0,74	1,11	0,80	1,09	0,95	1,22	0,74	1,08
Mediação total	13,45	6,46	13,71	6,57	14,38	6,58	12,97	6,59

DISCUSSÃO

A análise da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2015 permitiu identificar algumas características interessantes na população do estudo. Foram observadas diferenças de gênero: as meninas percebem que recebem mais mediação que os meninos, e essa diferença é maior no caso da mediação restritiva. A evidência referente à associação entre o gênero das crianças e adolescentes e a quantidade ou o tipo de mediação parental é controversa (LIVINGSTONE; HELSPER 2008), embora vários estudos tenham observado que as meninas estão mais sujeitas à mediação que os meninos (NUNES DE ALMEIDA et al, 2012). Isso mostra que os adultos responsáveis estão mais presentes durante as práticas *on-line* das meninas do que naquelas dos meninos. Portanto, pode-se sugerir que a forma de mediação dos pais no uso da Internet dos filhos reproduz práticas de socialização predominantes em termos de gênero, em que os adultos tentam exercer um controle maior na socialização das meninas. Esse resultado também pode estar associado à tendência dos meninos de se depararem com mais riscos *on-line* do que as meninas (SASSON; MESCH, 2014), mesmo sem considerar o nível de habilidades digitais (LIVINGSTONE; HELSPER, 2008).

A mediação restritiva esteve mais presente entre indivíduos das classes sociais mais baixas e que tinham pais não usuários da Internet. Da mesma forma, Helsper et al (2013) observaram que os pais que preferem a mediação restritiva tendem a contar apenas com o Ensino Fundamental, ao passo que os pais que preferem a mediação ativa e praticam menos os outros tipos de mediação tendem a apresentar Ensino Superior. Este resultado é particularmente interessante e duas possíveis explicações podem ser consideradas. Primeiro, os pais de famílias de classe social baixa podem compensar sua falta de recursos com mediação ativa, monitoramento e mediação técnica, por meio de um forte repertório normativo. Segundo, como medidas restritivas são solicitadas em termos de permissão ou proibição sobre certas atividades, não está totalmente claro se essas medidas implicam normas ou refletem questões relacionadas à oportunidade em termos de falta de acesso ou baixa qualidade do acesso à Internet em classes sociais mais baixas. Para compreender melhor essa questão, poderiam ser realizados estudos qualitativos com ênfase no significado que os pais de diferentes classes sociais atribuem aos distintos tipos de mediação.

Com relação à idade, foi observado que as crianças e adolescentes mais jovens recebem significativamente mais práticas de mediação do que os mais velhos, e tais práticas tendem a ser mais restritivas do que para as crianças e adolescentes mais velhos. Esses resultados estão de acordo com os obtidos pela pesquisa EU Kids Online (LIVINGSTONE et al, 2011), apresentando um padrão no uso da Internet de autonomia crescente desde a infância até a adolescência. Conforme mostraram Smahel e Wright (2014), as crianças e adolescentes mais jovens tendem a ser mais receptivos à intervenção parental, ao passo que as crianças e adolescentes mais velhos geralmente veem a mediação como invasão de privacidade ou preferem conversar sobre esses temas com seus pares. Além disso, um estudo mostrou que as crianças e adolescentes com menos de 12 anos são geralmente mais influenciadas e supervisionadas de perto pelos pais, ao passo que, depois dessa idade, essa influência começa a perder sua relevância, e os pares e outros agentes de socialização ganham importância (LEWIN et al, 2008, NUNES DE ALMEIDA et al, 2012). Nesse caso, é importante observar que esses dados são autorreportados pelas crianças e adolescentes. Portanto, expressam sua autorrepresentação, como parte da construção da identidade, uma das metas mais importantes na adolescência.

Curiosamente, independente da idade e do gênero, em geral, os meninos e as meninas apresentaram menos restrições no uso da Internet com ênfase no consumo de mídias (música e vídeo) e interação social com os pares (redes sociais, uso de mensagens instantâneas e jogos *on-line*) do que outros tipos de atividades, que parecem provocar mais preocupações entre os pais, como fazer compras *on-line* ou dar informações pessoais pela Internet.

Segundo as percepções das crianças e adolescentes sobre o papel da mediação, a maioria considerou seus pais como não suficientemente preparados para ajudar ou orientar para o uso da Internet, ou seja, os adultos não foram percebidos como modelos de comportamento *on-line*. A maioria das crianças e adolescentes relatou que seus pais sabem o que eles fazem *on-line*, mas não monitoram nem verificam suas atividades. Isso pode implicar que as crianças e adolescentes percebem a mediação de seus pais com certa distância, com envolvimento menos profundo, o que pode levar a duas hipóteses. A primeira é que a mediação próxima demanda mais tempo, recurso que é escasso para os pais. E isso está de acordo com a análise de mediação ativa e uso compartilhado, em que as atividades que exigem mais tempo são menos relatadas. A segunda é que isso pode significar que as crianças e adolescentes e os pais negociem espaços de privacidade, o que limita as possibilidades de mediação ativa. Como vários autores destacaram (LIVINGSTONE, 2002; HOOVER et al, 2004; LIVINGSTONE, 2007), os valores, as crenças e as expectativas culturais da família estão relacionados diretamente à mediação.

De qualquer forma, é importante refletir sobre o papel da mãe, do pai e do responsável no uso da Internet de seus filhos e tutelados sobre as possibilidades de intervenção. Talvez, esforços devam ser dedicados ao desenvolvimento de habilidades digitais dos pais, particularmente, aquelas relacionadas à compreensão do mundo social construído por meio das mídias digitais. Essas habilidades não somente garantiriam aos pais mais recursos para a mediação como, também, mudariam seus *status* na família, contribuindo assim para uma relação tecnológica mais simétrica e colocando os pais em uma posição melhor para fornecer orientações aos filhos. Esses e outros aspectos complexos da mediação devem ser analisados de forma mais profunda, de uma perspectiva ecológica, em estudos quantitativos e qualitativos mais detalhados.

Em resumo, tais resultados indicam que a classe social, a idade, o gênero e o uso da Internet pelos pais são variáveis importantes que explicam as diferenças na mediação dos pais, conforme percebida pelas crianças e adolescentes no Brasil. Tais evidências mostram diferenças nos recursos e estratégias dos pais para orientarem seus filhos em suas atividades *on-line* e oferecem percepções para discussão e formulação de estratégias específicas na América Latina, com ênfase no desenvolvimento de competências de mediação parental *on-line*.

Por fim, é importante enfatizar a relevância da análise da perspectiva de crianças e adolescentes sobre mediação parental. As percepções de crianças e adolescentes representam uma perspectiva epistemológica construtivista sobre este tema, que compreende que o diálogo entre gerações é uma questão de coordenação social de expectativas, instituições, ideias, valores e marcos culturais e individuais. Nessa perspectiva, as percepções das crianças e adolescentes, além de suas atividades *on-line* e habilidades digitais, são essenciais para compreender o efeito real da mediação parental.

REFERÊNCIAS

- BRONFENBRENNER, U. *La ecología del desarrollo humano*. Barcelona: Paidós, 1987.
- _____. *Making human beings human: bioecological perspectives on human development*. EEUU: Sage, 2005.
- BYRNE, S.; LEE, T. "Toward Predicting Youth Resistance to Internet Risk Prevention Strategies". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, v. 55, n. 1, p. 90-113, 2011.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios e Empresas do Brasil – TIC Domicílios 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015a. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 20 set. 2016.
- _____. *Pesquisa sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015b. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2016.
- DÜRAGER, A.; SONCK, N. *Testing the reliability of scales on parental internet mediation*. Londres: EU Kids Online, 2014. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/60220/>>. Acesso em: 20 set. 2016.
- HOLLINGWORTH, S.; MANSARAY, A.; ALLEN, K.; ROSE, A. "Parents' perspectives on technology and children's learning in the home: social class and the role of the habitus". *Journal of Computer Assisted Learning*, v. 27, p. 347-360, 2011.
- HOOVER, S. M.; CLARK, L. S.; ALTERS, D. F. *Media, home, and family*. Nova York: Routledge, 2004.
- HELSPER, E. J.; KALMUS, V.; HASEBRINK, U.; SÁGVÁRI, B.; DE HAAN, J. *Country classification: opportunities, risks, harm and parental mediation*. Londres: EU Kids Online, 2013.
- ITO, M. *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media*. Cambridge: MIT press, 2010.
- JOHN, D. R. "Consumer Socialization of Children: A retrospective look at twenty-five years of research". *Journal of Consumer Research*, v. 26, n. 3, p. 183-213, 1999.

KIRWILL, L.; GARMENDIA, M.; GARITAONANDIA, C.; FERNANDEZ, G. M. "Parental mediation". In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. (org.). *Kids Online: Opportunities and Risks for Children*. Bristol: Polity Press, p. 199-215, 2009.

LEWIN, M.; STANALAND, A.; MIYAZAKI, A. "Protecting Children's Privacy Online: How Parental Mediation Strategies Affect Website Safeguard Effectiveness". *Journal of Retailing*, v. 84, n. 2, p. 205-217, 2008.

LIVINGSTONE, S. "Strategies of parental regulation in the media - rich home". *Computers in human behavior*, v. 23, n. 3, p. 920-941, 2007.

_____. *Young people and new media: Childhood and the changing media environment*. Londres: Sage, 2002.

LIVINGSTONE, S.; BULGER, M. *A Global Agenda for Children's Rights in the Digital Age: a global agenda for children's rights in the digital age*. Florença: London School of Economics and Unicef Office of Research, 2013. Disponível em: <<https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/lse%20olol%20final3.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2016.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A.; ÓLAFSSON, K. *Risks and safety on the internet: the perspective of European children*. Full findings and policy implications from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents in 25 countries. London: EU Kids Online, 2011. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/33731/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. "Parental Mediation of Children's Internet Use". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, v. 52, n. 4, 2008, p. 581-599.

LIVINGSTONE, S.; MASCHERONI, G.; DREIER, M.; CHAUDRON, S.; LAGAE, K. *How parents of young children manage digital devices at home: the role of income, education and parental style*. Londres: EU Kids Online, 2015. Disponível em: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsIV/PDF/Parentalmediation.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2016.

LIVINGSTONE, S.; MASCHERONI, G.; STAKSRUD, E. *Developing a framework for researching children's online risks and opportunities in Europe*. Londres: EU Kids Online, 2015. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/64470/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

NATHANSON, A. I. "Identifying and explaining the relationship between parental mediation and children's aggression". *Communication Research*, v. 26, n. 2, p.124-143, 1999.

NIKKEN, P.; JANSZ, J. "Developing scales to measure parental mediation of young children's internet use". *Learning, Media and Technology*, v. 39, n. 2, 2014, p. 250-266.

NUNES DE ALMEIDA, A.; ALMEIDA ALVES, N.; DELICADO, A.; CARVALHO, T. "Children and digital diversity: From 'unguided rookies' to 'self-reliant cybernauts'". *Childhood*, v. 19, 2012.

PEDRÓ, F. *Connected minds: technology and today's learners*. Paris: OECD Publishing, 2012.

PASQUIER, D.; SIMÕES, J. A.; KREDENS, E. "Agents of mediation and sources of safety awareness: A comparative overview". In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (org.). *Children, risk and safety on the internet: research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: Policy Press, 2012. p. 219-230.

RIDEOUT, V. J.; FOEHR, U. G.; ROBERTS, D. F. *Generation M2: Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds*. Menlo Park: Henry J. Kaiser Family Foundation, 2010. Disponível em: <http://www.wqed.org/education/smartparent/sites/default/files/generationm2_media-in-the-lives-of-8-18-year-olds_kaiser_2010.pdf>. Acesso em: 20 set. 2016.

SASSON, H.; MESCH, G. "Parental Mediation, Peer Norms and Risky Online Behavior". *Computers in Human Behavior*, v. 33, p. 32-38, 2014.

SMAHEL, D.; WRIGHT, M. *The meaning of online problematic situations for children: Results of cross-cultural qualitative investigation in nine European countries*. Londres: EU Kids Online Network, 2014.

SOZIO, M. E.; PONTE, C.; SAMPAIO, I. S. V.; SENNE, F.; ÓLAFSSON, K.; ALVES, S. J.; GARROUX, C. *Children and Internet use: A comparative analysis of Brazil and seven European countries*. Londres: EU Kids Online, 2015. Disponível em: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/ParticipatingCountries/PDFs/BR-FullReportBrazilNCGM.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2016.

VEKIRI, I. "Socioeconomic differences in elementary students' ICT beliefs and out-of-school experiences". *Computers and Education*, v. 54, p. 941-50, 2010.

PRÁTICAS DIGITAIS, COMPORTAMENTO DE RISCO E EXPERIÊNCIAS NEGATIVAS ON-LINE ENTRE ESTUDANTES DE ENSINO SECUNDÁRIO NA FRANÇA E ÍNDIA: UM ESTUDO COMPARATIVO

Catherine Blaya¹, Suresh Sandaram², Kaur Kirandeep³ e Damanjit Sandhu⁴

INTRODUÇÃO E CONTEXTO DA PESQUISA

O aumento no uso da Internet entre os jovens, trazido pelo desenvolvimento de dispositivos móveis (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), transformou os hábitos de comunicação e as formas de relacionamentos interpessoais. Apesar de as mídias digitais oferecerem grandes oportunidades de aprendizado e socialização, também podem ser fonte de experiências negativas, como o *cyberbullying*, que envolve “[...] o uso de tecnologia de comunicação para assediar, intimidar, ameaçar ou de outra forma prejudicar outrem” (HINDUJA; PATCHIN, 2010, p. 21). *Cyberbullying* também pode colocar a segurança e o bem-estar de estudantes em risco, tanto na escola quanto em suas vidas privadas (BLAYA; FARTOUKH, 2015). Para uma definição mais aprofundada de *cyberbullying*, veja Corcoran et al (2015).

¹ Professora titular em Ciência da Educação na Universidade de Nice Sophia Antipolis (França). Faz parte do Observatório Internacional de Violência em Escolas (International Observatory of Violence in Schools) e tem dedicado sua carreira acadêmica a pesquisar questões como abandono escolar, ambiente escolar, *bullying*, *cyberbullying* e ódio na Internet. Faz parte da Rede Acadêmica EU Kids On-line e está envolvida como especialista nos grupos de trabalho sobre ambiente escolar e *cyberbullying* do Ministério da Educação da França.

² Professor assistente do Departamento de Psicologia da Universidade Annamalai (Índia) desde 2005. Publicou 25 artigos em periódicos avaliados por pares e apresentou 50 estudos em conferências nacionais e internacionais. Foi o principal investigador de cinco importantes projetos de pesquisa, dos quais dois são projetos internacionais. É autor de dois livros sobre psicologia escolar e psicologia positiva na língua tâmil, que serviu como material didático para a Universidade Tâmil (Índia).

³ Pesquisadora do Conselho Indiano de Pesquisa em Ciências Sociais (ICSSR) no Departamento de Psicologia da Universidade de Punjabi (Índia). Está trabalhando em seu PhD sobre *cyberbullying* entre alunos na Índia. Suas áreas de pesquisa incluem saúde mental de adolescentes, problemas de comportamento, falta deliberada às aulas, *bullying*, *cyberbullying*, segurança escolar e bem-estar de alunos.

⁴ Professora assistente do Departamento de Psicologia da Universidade de Punjabi (Índia). Sua área de especialização inclui desenvolvimento de crianças e adolescentes. Possui mais de 15 anos de experiência em pesquisa sobre identidade adolescente, comportamento de risco, problemas de comportamento, falta deliberada das aulas, *bullying*, *cyberbullying*, segurança escolar e bem-estar de alunos.

Formas de agressão na Internet e, mais precisamente, o *cyberbullying* se tornaram preocupações sociais e de saúde pública por conta das consequências dramáticas que geram, que podem incluir raiva, frustração, isolamento, abandono da escola, ansiedade, pensamentos suicidas e suicídio (KOWALSKI; LIMBER, 2013; KAUR et al, 2014). São poucos os estudos que utilizam uma abordagem transnacional sobre o tema (LIVINGSTONE et al, 2011; SAMARA et al, 2012). A colaboração entre pesquisadores indianos e europeus em torno desse assunto é quase inexistente. O único estudo científico sobre o assunto discute a vinculação entre os pares e o envolvimento em agressões pela Internet entre jovens chineses, indianos e japoneses ("*Peer attachment and cyber aggression involvement among Chinese, Indian, and Japanese adolescents*"), e foi coordenado por Wright et al (2015).

O presente artigo apresenta um estudo comparativo sobre práticas digitais, comportamento de risco e experiências *on-line* negativas entre alunos com idades entre 13 e 18 anos na França e Índia, e faz parte de um projeto mais amplo liderado pelo professor Peter K. Smith sobre segurança e bem-estar de alunos, incluindo *bullying* e *cyberbullying* e realizado pelo Programa Indo-europeu de Pesquisa em Rede sobre Ciências Sociais (Indian-European Research Networking Programme in the Social Sciences), com o Conselho Indiano de Pesquisa em Ciências Sociais (Indian Council of Social Science Research).⁵

PRÁTICAS DIGITAIS E COMPORTAMENTOS DE RISCO NA INTERNET

De acordo com o Relatório Adolescentes, Pré-adolescentes e Tecnologia (Teens, Tweens and Technology Report) (McAFEE, 2015) – uma pesquisa conduzida com pré-adolescentes de 8 a 12 anos e adolescentes entre 13 a 17 anos –, jovens usuários de Internet permaneceram por mais de cinco horas *on-line* numa semana normal. Quando consultados sobre *sites* de relacionamento, Facebook foi o mais popular entre os respondentes (93%), seguido pelo YouTube (87%) e WhatsApp (79%). Os resultados também indicaram que 86% dos jovens de 13 a 16 anos eram ativos em mídias sociais. Desses, a maioria tinha publicado dados pessoais: 69% tinham publicado suas fotografias; 58%, seus endereços de *e-mail*; 49%, os nomes das suas escolas; e 46%, suas datas de nascimento ou números de telefone (42%). Em outras palavras, eles adotaram comportamentos de risco *on-line*, apesar de 40% dos respondentes afirmarem que tinham medo de que terceiros pudessem descobrir sua localização, e 30% temerem ser vítimas de *bullying* ou interagir com estranhos.

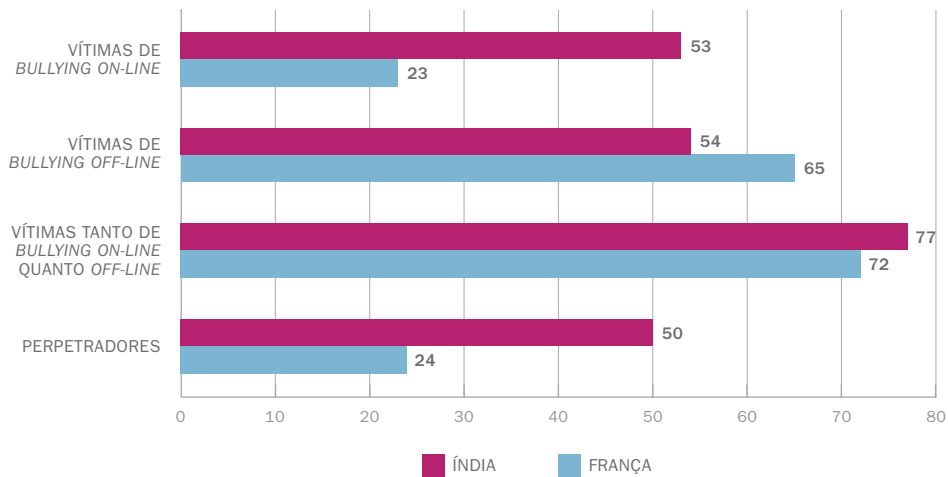
O relatório EU Kids Online (BLAYA; ALAVA, 2012), por sua vez, indicou que as crianças e adolescentes franceses entre 9 e 16 anos gastavam em média de duas horas *on-line* por dia. Metade dos respondentes (54%) tinha perfil em um *site* de relacionamento e um terço já havia adicionado estranhos como amigos. Blaya e Fartoukh (2015) demonstraram que 66,9% (n = 2.532) dos estudantes de Ensino Secundário eram ativos em *sites* de relacionamento, entre os quais, 86% estavam no Facebook. Somente metade (49%) dos alunos declarou que conhecia todos os seus amigos *on-line*. Apesar de muita informação já ter sido disseminada sobre os riscos de divulgar informações particulares *on-line*, aceitação social, *status* e busca por popularidade têm se mostrado mais fortes do que o medo em relação a problemas potenciais.

⁵ Mais informações sobre o projeto: <<https://sites.google.com/site/cyberbullyingeuindian/>>.

EXPERIÊNCIAS NEGATIVAS E CYBERBULLYING

A Pesquisa Mundial sobre *Bullying On-line (Online Bullying Worldwide Survey)* (MICROSOFT CORPORATION, 2012) foi conduzida entre jovens de 8 a 17 anos em 25 países⁶ e forneceu dados tanto para jovens indianos quanto para franceses. Conforme exposto no Gráfico 1, a Índia teve taxas muito mais elevadas de perpetração e vitimização por *bullying* do que a França: em comparação aos outros países participantes, a Índia ficou em terceiro e a França em 23º na classificação. A França possui números mais altos em questões de *bullying off-line*, enquanto as porcentagens de vítimas de *bullying* tanto *on-line* quanto *off-line* foram similares, de acordo com resultados de testes posteriores sobre a sobreposição dessas duas formas de agressão (WRIGHT et al, 2015).

GRÁFICO 1
CYBERBULLYING NA ÍNDIA E NA FRANÇA (%)



Jaishankar e Shariff (2008) revelaram que 65% dos alunos indianos foram vítimas de *cyberbullying* em telefones celulares. O Relatório Adolescentes, Pré-adolescentes e Tecnologia (McAFEE, 2015) indicou que dois terços (66%) dos jovens indianos estavam envolvidos com *cyberbullying* e 36% já haviam sido vítimas de *cyberbullying*. Na França, Blaya e Fartoukh (2015) indicaram que 46,8% dos alunos secundaristas relataram agressões pela Internet e 4,7% foram vítimas de *cyberbullying*. Além disso, um terço dos respondentes admitiu cometer esse tipo de ato, mostrando taxas muito mais altas do que a Pesquisa Mundial sobre *Bullying On-line* (MICROSOFT CORPORATION, 2012) e levemente mais altas do que um estudo de 2013 (BLAYA, 2013). Esses resultados indicam que a agressão *on-line* é potencialmente problemática – e, portanto, deve ser levada a sério.

⁶ A Pesquisa Mundial sobre *Bullying On-Line* foi conduzida nos seguintes países: Austrália, Argentina, Brasil, Canadá, China, República Tcheca, Egito, França, Alemanha, Índia, Itália, Japão, Malásia, Marrocos, Noruega, Paquistão, Polônia, Catar, Rússia, Singapura, Espanha, Turquia, Emirados Árabes, Reino Unido e Estados Unidos da América.

NOTAS METODOLÓGICAS

A definição de *cyberbullying* tem sido considerada problemática, tendo em vista que não há consenso na comunidade científica e os usos do termo diferem de acordo com o contexto cultural e país. Em alguns contextos, o termo não existe (STROHMEIER et al, 2013).

Ainda assim, para os propósitos deste estudo, alunos foram questionados sobre práticas digitais e experiências negativas na Internet. O termo “experiências negativas” foi usado em vez de “*cyberbullying*”, visto que o estudo não avaliou os critérios tradicionais para a definição de *bullying*, tais como repetição, força da desigualdade, intenção de ferir e duração (SMITH et al, 2008). O uso do termo “experiências negativas” se fundamentou na pesquisa EU Kids Online (LIVINGSTONE et al, 2011) e é próximo da definição proposta por Grigg (2010, apud CORCORAN et al, 2015, p. 249): “[...] ofensas intencionais transferidas por meio do uso de meios eletrônicos para uma pessoa ou um grupo de pessoas independentemente da sua idade, que percebem tais atos como ofensivos, derogatórios, danosos ou indesejáveis”. Ademais, em razão de a percepção de *cyberbullying* variar de acordo com os indivíduos, aqui, deu-se ênfase a experiências e comportamentos que tenham efeitos potencialmente negativos nos participantes. O objetivo foi investigar se havia diferenças em comportamentos de risco e experiências negativas *on-line* entre jovens em ambos os países estudados.

COLETA DE DADOS

Um questionário anônimo, adaptado de Smith et al (2008), Livingstone et al (2011) e Blaya (2013), foi preenchido por 1.021 adolescentes entre 14 e 18 anos na Índia e 1.312 alunos entre 13 e 18 anos na França. Estratégias de amostragem por conveniência foram adotadas em ambos os países e as escolas participantes eram de um contexto econômico de classes média a alta. O desenho da amostra incluiu: três escolas públicas e duas particulares de Ensino Secundário em Tamil Nadu; três escolas públicas e duas escolas privadas de Ensino Médio em Punjab; e quatro escolas públicas de Ensino Secundário na França.

As entrevistas foram conduzidas após consentimento parental e a participação na pesquisa foi voluntária: os respondentes poderiam optar por abandonar a pesquisa a qualquer momento. Dados foram coletados entre março e junho de 2015. Na França, entrevistas *on-line* (em inglês, *computer-assisted web interviewing* – CAWI) foram conduzidas sob a supervisão de um assistente de pesquisa por meio do Sphinx Survey.⁷ Na Índia, entrevistas com papel e lápis (em inglês, *pen and paper interview* – PAPI) foram adotadas em razão da falta de equipamento computacional suficiente nas escolas participantes.

O questionário foi composto de sete conjuntos de questões abordando: práticas digitais; atitudes com relação à Internet e vício; comportamentos de risco; *cyberbullying*; estratégias de enfrentamento; mediação parental e escolar; e variáveis socioeconômicas. Seu esboço foi desenvolvido em inglês e, então, testado e discutido com o grupo de pesquisadores. Ele não foi traduzido para tâmil ou punjabi, pois os jovens das escolas participantes compreendiam inglês. Após um período piloto, ele foi expandido para ter maior relevância para os contextos culturais envolvidos.

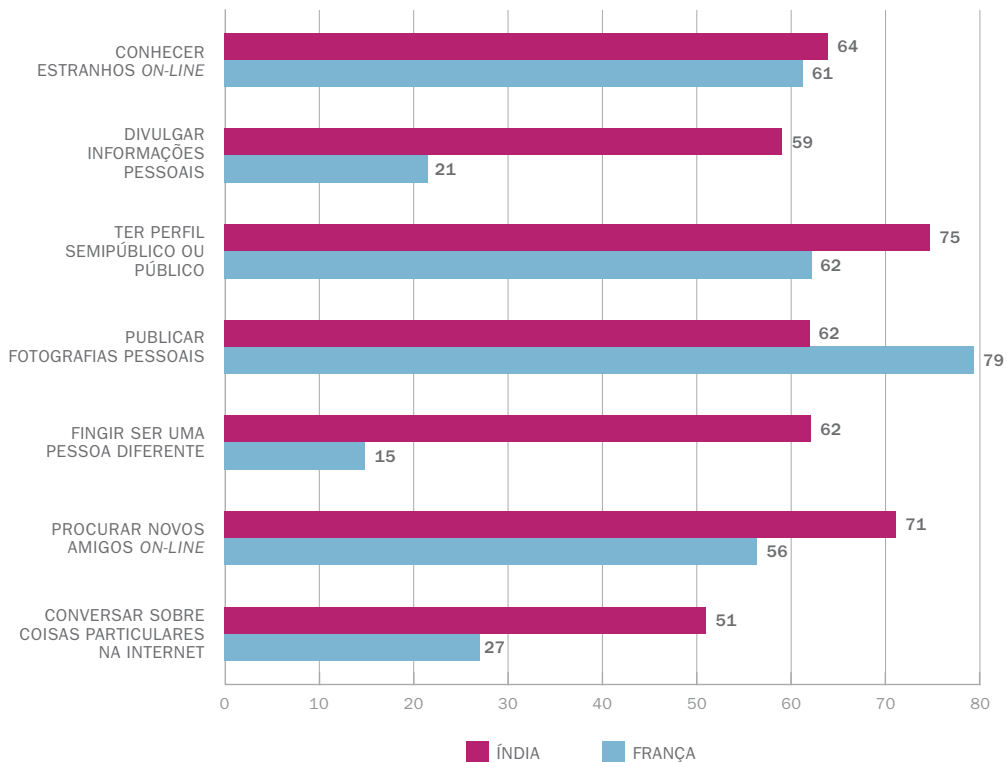
⁷ Sphinx é um *software* de pesquisa e análise de dados comumente usado na França. Ele combina coleta de dados *on-line* e análise de dados qualitativa e quantitativa.

RESULTADOS

PRÁTICAS DIGITAIS E COMPORTAMENTO DE RISCO

Os resultados da pesquisa indicaram que os jovens realizavam práticas digitais similares em ambos os países, apesar de os respondentes indianos aparentarem ser mais ativos, com 78% que se conectavam várias vezes por dia contra 47,9% na França. As conexões aconteceram principalmente por meio de computadores portáteis, enquanto na França o uso de *tablets* foi muito mais comum: 75,7% dos participantes indianos disseram que nunca usaram *tablets*, contra 3,6% na França ($\chi^2 = 392.13$, $df = 5$, $p < .01$). O uso de computadores de mesa para acessar a Internet foi mais comum na Índia: 32% dos respondentes usaram um computador de mesa pelo menos uma vez por semana, contra 10% na França, o que pode estar relacionado à maior porcentagem de alunos que usaram dispositivos portáteis, como *tablets*, para tais acessos. Os participantes mencionaram que as suas atividades mais comuns na Internet eram usar SMS, estudar e baixar músicas e vídeos.

GRÁFICO 2
COMPORTAMENTO DE RISCO NA INTERNET (%)



Usar *sites* de relacionamento foi predominante em ambos os países, com 86,2% dos respondentes indianos e 84,6% dos respondentes franceses ($\chi^2 = 122.99$, $df = 3$, $p < .01$). Tanto para alunos indianos quanto franceses, o Facebook foi o *site* de relacionamento mais citado. Já que *sites* de relacionamento são comumente associados ao comportamento

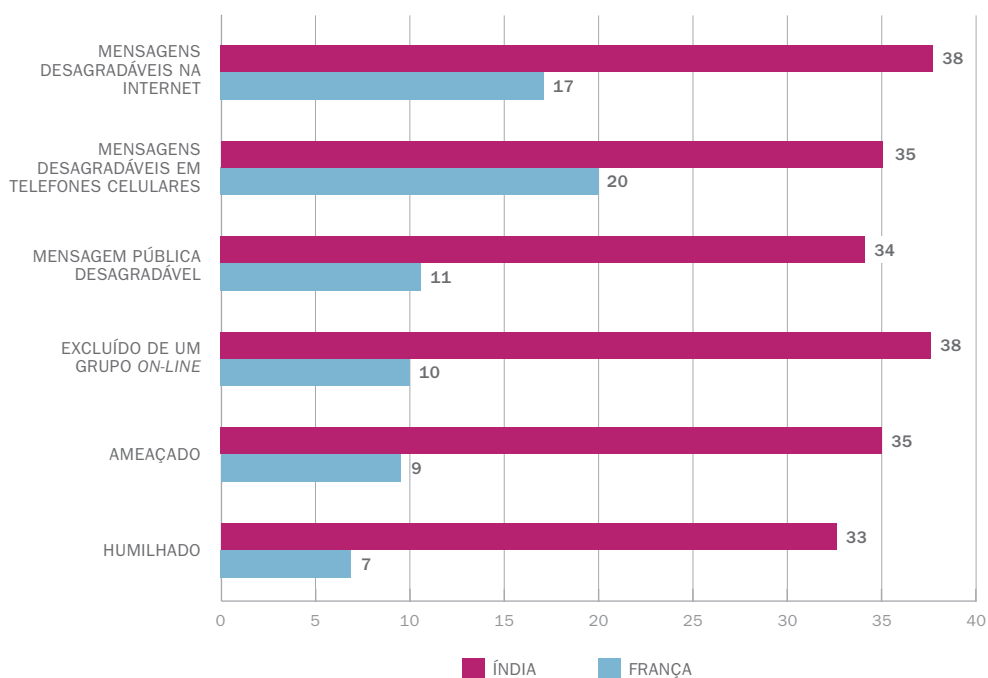
de risco *on-line*, visou-se identificar os tipos de riscos que os alunos estavam correndo. O Gráfico 2 indica que, em geral, os alunos indianos se engajavam em práticas de maior risco do que os alunos franceses, exceto na publicação de fotografias pessoais. Respondentes indianos usaram a Internet mais frequentemente para falar sobre assuntos particulares *on-line* ($\chi^2 = 210.03$, $df = 3$, $p < .01$) e procurar novos amigos ($\chi^2 = 502.95$, $df = 3$, $p < .01$), apesar de a lacuna não ter sido tão grande para conhecer novos amigos ($\chi^2 = 110.43$, $df = 3$, $p < .01$). Participantes indianos também revelaram maior probabilidade de fingir ser outras pessoas ($\chi^2 = 590.09$, $df = 3$, $p < .01$) e divulgar detalhes pessoais *on-line* ($\chi^2 = 394.44$, $df = 3$, $p < .01$).

Apesar das campanhas de conscientização, jovens de ambos países vivenciaram riscos que poderiam se tornar experiências negativas. A seção que segue apresenta os resultados para vitimização *on-line*.

EXPERIÊNCIAS NEGATIVAS ON-LINE

À primeira vista (ver Gráfico 3), a comparação de vitimização *on-line* entre Índia e França não evidencia qualquer diferença significativa, com uma porcentagem similar de alunos que tiveram uma experiência negativa na Internet: 49,2% dos alunos indianos e 50,8% dos alunos franceses disseram que tinham passado por pelo menos um dos seis tipos de vitimização abordados no questionário ($\chi^2 = 0.20$, $df = 1$, $p < .01$). Vítimas do gênero masculino foram mais numerosas na Índia do que na França (55% contra 38,2% – $\chi^2 = 24.24$, $df = 1$, $p < .01$), enquanto, na França, mulheres foram vítimas mais frequentes do que homens (56,8% contra 45% – $\chi^2 = 11.79$, $df = 1$, $p < .01$).

GRÁFICO 3
EXPERIÊNCIAS ON-LINE NEGATIVAS NA FRANÇA E ÍNDIA (%)



As experiências negativas foram diferentes entre os dois países. Na França, o tipo mais comum de vitimização foi receber mensagens desagradáveis ou ofensivas nos telefones celulares, enquanto os respondentes na Índia mencionaram mais frequentemente receber mensagens desagradáveis ou ofensivas na Internet e ser excluído de grupos *on-line*. Porcentagens mais altas de respondentes indianos receberam mensagens desagradáveis ou ofensivas na Internet ($\chi^2=112.20$, $df=3$, $p<.01$) e nos seus telefones celulares ($\chi^2=0.20$, $df=1$, $p<.01$), tiveram mensagens desagradáveis ou ofensivas divulgadas publicamente sobre eles ($\chi^2=246.94$, $df=3$, $p<.01$), foram excluídos de grupos *on-line* ($\chi^2=326.27$, $df=1$, $p<.01$), foram ameaçados ($\chi^2=330,94$, $df=4$, $p<.01$) e foram humilhados na Web ($\chi^2=348,31$, $df=4$, $p<.01$).

Os resultados mostraram que alunos indianos sofreram vitimizações múltiplas mais frequentemente do que alunos franceses. Uma análise de *cluster* foi conduzida e confirmou essa hipótese, como apresentado na Tabela 1.

TABELA 1
VITIMIZAÇÕES MÚLTIPLAS *ON-LINE* NA ÍNDIA E NA FRANÇA

Análise de *cluster*: mensagens desagradáveis *on-line*; mensagens desagradáveis em telefone celular; mensagens desagradáveis públicas; excluído; ameaçado; humilhado.

País/ Vitimização <i>on-line</i>	Sem resposta	Sem Vitimização <i>on-line</i>	Pouco vitimado	Dois tipos de agressão <i>on-line</i>	Agressão <i>on-line</i> grave	TOTAL
ÍNDIA	26,5% (271)	39,6% (404)	1,3% (13)	0,9% (9)	31,7% (324)	100% (1.021)
FRANÇA	37,6% (493)	50,1% (657)	2,3% (30)	8,2% (108)	1,8% (24)	100% (1.312)
TOTAL	32,7% (764)	45,5% (1.061)	1,8% (43)	5,0% (117)	14,9% (348)	100% (2.333)

($\chi^2 = 444,57$, $df = 4$, 1 , $p < .01$)

Os *clusters* foram construídos da seguinte forma: “pouco vitimado” se referiu a somente um tipo de vitimização, seguido por “dois tipos de agressão”; “agressão *on-line* grave” correspondeu a seis tipos de vitimização. Casos com itens sem resposta não puderam ser incluídos na análise de cluster. Conforme os resultados demonstraram, as vítimas indianas foram sujeitadas a vários tipos de experiências negativas significativamente com maior frequência do que suas contrapartes francesas.

DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

O presente artigo foi estabelecido para comparar práticas digitais e comportamento de risco entre jovens na Índia e França, assim como suas possíveis experiências negativas.

Os resultados indicam que alunos indianos apresentaram maior tendência de arriscar-se na Internet do que alunos franceses, assim, confirmando os resultados do Relatório Adolescentes, Pré-adolescentes e Tecnologia 2015 (McAFEE, 2015). Entretanto, ao contrário da Pesquisa Mundial sobre *Bullying On-line* (MICROSOFT CORPORATION, 2012), a diferença na porcentagem de vítimas *on-line* entre a Índia (na terceira posição em vitimização) e a

França (23^a) não foi tão grande quanto em estudos anteriores. Para a França, os resultados apontam uma taxa de vitimização muito mais alta do que em estudos anteriores (MICROSOFT CORPORATION, 2012; BLAYA; FARTOUKH, 2015). E esses dados podem refletir evolução da agressão pela Internet e estarem ligados ao grande aumento no uso de dispositivos móveis para se conectar (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), o que facilita o acesso à Internet a partir de qualquer lugar e longe de qualquer tipo de supervisão.

Os resultados também enfatizam algumas grandes diferenças entre os dois países. Apesar de uma porcentagem similar de alunos franceses e indianos declarar ter sido vítima na Internet durante os 12 meses anteriores, respondentes indianos sofreram vitimizações múltiplas em número significativamente maior. Isso pode estar associado ao fato de que 78% se conectavam várias vezes ao dia (contra 49% na França), aumentando o risco de serem vitimados. A correlação entre o tempo despendido *on-line* e a vitimização foi demonstrada por pesquisas anteriores (YBARRA, 2004; SMITH et al, 2008; ERDUR-BAKER, 2010). E isso também pode ser explicado pelo fato de que alunos indianos adotaram significativamente mais comportamentos de risco *on-line* do que seus colegas franceses e, por conseguinte, aumentaram seu risco de serem vitimados. A porcentagem de vítimas foi similar, mas a vitimização múltipla foi mais frequente na Índia, levando à questão de habilidades sociais para enfrentar situações *on-line* negativas. Uma hipótese que precisa ser mais investigada é se alunos indianos não têm as habilidades para estabelecer um “contradiscurso” positivo ou para evitar que a vitimização evolua para *cyberbullying*. Uma explicação possível é a diferença de preocupação pública com *cyberbullying*: a conscientização na França começou dez anos atrás, mas apenas teve início recentemente na Índia.

O presente artigo enfatiza a necessidade de reconsiderar estratégias de prevenção em ambos os países, pois as taxas de vitimização demonstram que os jovens continuam vulneráveis, apesar das campanhas de conscientização e do envolvimento parental na prevenção (BLAYA, 2013; McAFEE, 2015). Este estudo foi conduzido em escolas que falam inglês na Índia e em escolas de classes média e alta em ambos os países. Assim, seria interessante replicar a pesquisa em cenários menos privilegiados e comparar os resultados. Tal pesquisa exigiria traduzir o questionário para tâmil e punjabi para se obter uma visão mais profunda quanto aos comportamentos e às experiências de adolescentes *on-line*. Igualmente, seria relevante conduzir pesquisas mais aprofundadas sobre diferentes valores culturais entre jovens em ambos os países e analisar seu efeito moderador na *cyber*-vitimização.

REFERÊNCIAS

- BLAYA, C. *Les ados dans le cyberspace: prises de risque et cyberviolences*. Bruxelles: De Boeck, 2013.
- BLAYA, C.; FARTOUKH, M. “Digital uses, victimization and on-line aggression: a comparative study between primary school and lower secondary school students in France”. *European Journal on Criminal Policy and Research*, v. 22, n. 2, p. 285-300, 2015.
- BLAYA, C.; ALAVA, S. *Risques et sécurité des enfants sur Internet: rapport pour la France - résultats de l’enquête EU Kids On-line menée auprès des 9-16 ans et de leurs parents en France*. London: EU Kids On-line, 2012. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/46443/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

CORCORAN, L.; MCGUCKIN, C.; PRENTICE, G. "Cyberbullying or Cyber Aggression?: A Review of Existing Definitions of Cyber-Based Peer-to-Peer Aggression". *Societies*, v. 5, n. 2, p. 242-255, 2015.

ERDUR-BAKER, Ö. "Cyberbullying and its correlation to traditional bullying, gender and frequent and risky usage of internet-mediated communication tools". *New Media and Society*, v. 12, n. 1, 2010

HINDUJA, S.; PATCHIN, J. W. "Bullying, cyberbullying and suicide". *Archives of Suicide Research*, v. 14, n. 3, p. 206-221, 2010.

JAISHANKAR, K.; SHARIFF, S. "Cyber bullying: a transnational perspective". In: SCHMALLEGER, F.; PITTARO, M. (org.). *Crimes of the Internet*. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2008. p. 68-83.

KAUR, K.; KAUR, S.; SANDHU, D. "Cyberbullying: an emerging threat to pupil well-being". *International Journal of Social Sciences Review*, v. 2, n. 4, p. 374-377, 2014.

KOWALSKI, R. M.; LIMBER, S. P. "Psychological, physical, and academic correlates of cyberbullying and traditional bullying". *Journal of Adolescent Health*, v. 53, n. 1, p. 13-20, 2013.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A.; ÓLAFSSON, K. *Risks and safety on the internet: the perspective of European children*. London: EU Kids On-line, 2011. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/33731/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net children go mobile: risks and opportunities*. Milan: Educatt, 2014. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/56986/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

McAFEE. *Intel Security Teens, Tweens and Technology Study*: India. 2015. Disponível em: <http://apac.intelsecurity.com/digitalsafety/wp-content/uploads/sites/7/2015/10/Intel-Security_India-TeensTweensTechnology-2015_National-Datasheet.pdf>. Acesso em: 20 set. 2016.

MICROSOFT CORPORATION. *Worldwide On-line Bullying Survey*. Cross-Tab Marketing Services & Telecommunications Research Group for Microsoft Corporation, 2012. Disponível em: <<http://www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=30148>>. Acesso em: 20 set. 2016.

SAMARA, M.; DAVIDSON, J.; TERRY, P.; HAMERTON, C.; PENSON, M.; AL JABER, M. "Comparative study of cyberbullying in Qatar and the UK: risk factors, impact on health and solutions". In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON CYBERBULLYING, 2012, França: [s.n.], (no prelo).

SMITH, P.; MAHDAVI, J.; CARVALHO, M.; FISHER, S.; RUSSELL, S.; TIPPETT, N. "Cyberbullying: its nature and impact in secondary school pupils". *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, v. 49, n. 4, p. 376-385, 2008.

STROHMEIER, D.; AOYAMA, I.; GRADINGER, P.; AOYAMA, I. Y. "Cybervictimization and Cyberaggression in Eastern and Western Countries: Challenges of Constructing a Cross-Culturally Appropriate Scale". In: BAUMAN, S.; CROSS, D.; WALKER, J. *Principles of Cyberbullying Research: Definitions, Measures, and Methodology*. New York: Routledge, 2013. p. 202-221.

WRIGHT, M. F.; AOYAMA, I.; KAMBLE, S. V.; LI, Z.; SOUDI, S.; LEI, L.; SHU, C. "Peer attachment and Cyber Aggression Involvement among Chinese, Indian, and Japanese Adolescents". *Societies*, v. 5, n. 1, p. 339-353, 2015.

YBARRA, M. L. "Linkages between Depressive Symptomatology and Internet Harassment among Young Regular Internet Users". *CyberPsychology and Behavior*, v. 7, n. 2, p. 247-257, 2004.

CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE SOFREM MAIS DO QUE OUTROS AO TEREM SEU PERFIL ON-LINE HACKEADO: O PAPEL DAS CARACTERÍSTICAS PESSOAIS E CONTEXTO SOCIAL

Sofie Vandoninck¹ e Leen d'Haenens²

INTRODUÇÃO

Quando crianças e adolescentes são questionados sobre o que lhes incomoda no ambiente *on-line*, mencionam vários riscos relacionados à privacidade. Eles ficam particularmente chateados com perfis e contas em mídias sociais *hackeados*. A prática de *hackear* perfis pode ser definida como uma combinação de elementos de riscos *on-line* relacionados à privacidade e ao *bullying on-line*. Envolve acesso impróprio ou mau uso de informações pessoais, e a intenção do invasor é deliberadamente prejudicar a reputação (*on-line*) de suas vítimas (VEENSTRA et al, 2012; VAN OUYTSEL et al, 2014). No contexto da tipologia dos riscos *on-line*³, a prática de *hackear* perfis pertence à categoria dos “riscos de conduta”, que envolve situações nas quais crianças são atores, iniciando ou participando ativamente de interações *on-line* hostis entre pares (LIVINGSTONE; HADDON, 2009).

Mesmo assim, as mídias sociais oferecem muitas oportunidades para autoexpressão e interação com pessoas próximas, assim, permitindo que os adolescentes experimentem autorrepresentações e construam ativamente suas identidades (BOYD, 2008; SMOCK et al, 2011; ELLISON; BOYD, 2013). O gerenciamento das percepções do outro e a construção da imagem são peças centrais do processo de formação de identidade e autorrealização. Com funcionalidades como fotografias de perfil, atualizações de *status* e botões de “curtir” ou comentários em postagens, os perfis em redes sociais são uma forma de experimentar a autoexpressão e desenvolver um conceito de si mesmo (LIVINGSTONE, 2008; MAZZARELLA, 2010).

¹ Doutora em Ciências Sociais pela KU Leuven (Bélgica). Pesquisadora na área de crianças e mídia *on-line* no Instituto para Estudo de Mídias da KU Leuven.

² Professora titular da Faculdade de Ciências Sociais da KU Leuven. Sua área de especialidade inclui “O Uso de Mídias por Adolescentes e Jovens Adultos”, com ênfase em notícias como formato e pessoas que se sentem discriminadas como um grupo-alvo.

³ Riscos *on-line* podem ser classificados em três modos de comunicação: crianças como recipientes de conteúdo (risco de conteúdo); crianças como participantes numa situação interativa (riscos de contato); e crianças como atores numa situação interativa (risco de conduta) (LIVINGSTONE; HADDON, 2009).

Os adolescentes possuem tendência a ser sensíveis às opiniões dos seus pares, por isso, querem evitar compartilhar conteúdo *on-line* que possam causar comentários negativos (DE VRIES et al, 2014; VANDENBOSCH; VAN OOSTEN, 2015).

Perfis *hackeados* em mídias sociais podem ter um sério impacto no bem-estar emocional das vítimas. Sobretudo quando os *hackers* fazem mau uso das contas para postar mensagens grosseiras ou fotografias embaraçosas. Nesses casos, crianças e adolescentes descrevem a situação como muito problemática e dolorosa e associam-na a sentimentos de preocupação, insegurança, medo, raiva e pânico (BARBOVSKI, 2014). Conforme a situação sai de controle, as emoções negativas tendem a intensificarem-se mais ainda. Nesse contexto, o controle percebido diminui quando mensagens desagradáveis são disseminadas para um público grande ou quando os perpetradores são desconhecidos. A reprodutibilidade de conteúdo *on-line* amplifica o risco de que informações íntimas ou mensagens maliciosas alcancem um público maior (MACHMUTOW et al, 2012; KOWALSKI et al, 2014). Aqui, as consequências podem ser devastadoras para as reputações *on-line* e *off-line* dos jovens, e, por fim, levar a uma crise de identidade que afeta negativamente seu bem-estar e autoestima (ZHAO et al, 2012; LIVINGSTONE et al, 2011).

Riscos *on-line* impactam as pessoas de formas diferentes: as meninas, em comparação aos meninos, geralmente, divulgam mais informações pessoais *on-line*, especialmente quando se trata de detalhes sobre suas relações com pares (SCHOUTEN et al, 2007; VAN GOOL et al, 2015). Crianças e adolescentes com menos habilidades sociais (por exemplo, que sofrem com solidão ou ansiedade social), por sua vez, lutam para desenvolver sua identidade e seu autoconhecimento e, frequentemente, sentem-se inseguros quanto a engajar-se em interações presenciais com pessoas não familiares (SIPPOLA; BUKOWSKI, 1999; ELLISON et al, 2006). Mas qual o papel dessas características no impacto emocional daquele que tem seu perfil *hackeado* e que estratégias de enfrentamento os jovens empregam – ou falham em empregar – quando estão diante desse tipo de risco *on-line*?

O propósito deste artigo foi investigar a influência tanto do contexto social quanto das características pessoais sobre como jovens se sentem com relação a terem perfis *hackeados*. Distinguímos a amostra entre crianças e adolescentes que já tiveram seus perfis *hackeados* e aquelas que não tiveram. A justificativa para desenvolvermos esta pesquisa é que vale a pena considerarmos como crianças e adolescentes enfrentam esse tipo de problema para podermos ter um entendimento mais abrangente de quais são as consequências para o bem-estar dos jovens quando eles têm o perfil *hackeado*. Pesquisas anteriores sugerem que os esforços de enfrentamento dos riscos por parte de crianças e adolescentes estão relacionados às suas percepções desse risco. Jovens que se preocupam mais com riscos à privacidade *on-line* demonstram menos disposição para fornecer informações pessoais *on-line*, têm maior probabilidade de buscar apoio ou conselhos, evitam acessar determinados *websites* (YOUN, 2009). Portanto, o segundo objetivo deste estudo foi descobrir quais estratégias de enfrentamento são escolhidas por crianças e adolescentes quando confrontadas com seu perfil sendo *hackeado*, e como essas abordagens de enfrentamento dos riscos foram relacionadas a características pessoais e fatores sociais, levando em consideração a intensidade dos danos.

NOTAS METODOLÓGICAS

Realizamos análises de regressão múltipla hierárquica de uma pesquisa amostral (VANDONINCK; D'HAENENS, 2015) conduzida em 27 escolas em Flandres (região da Bélgica em que se fala holandês), com 2.046 alunos, com idades entre 10 e 16 anos, entre outubro e dezembro de 2012. Foram coletados dados sobre o impacto emocional dos riscos *on-line*, as estratégias de enfrentamento, a personalidade das crianças e dos adolescentes, e seus relacionamentos com pais, professores e pares. Além disso, conduzimos, na mesma região, entrevistas individuais com 39 crianças e adolescentes sobre como elas reagiriam se fossem confrontadas com situações desagradáveis *on-line*. Também entrevistamos um diretor, um conselheiro escolar, um coordenador de TIC e professores coordenadores (n=7). Essas entrevistas foram parte de um estudo de campo no qual acompanhamos três grupos de crianças e adolescentes durante um ano acadêmico completo. Aproximadamente, metade do grupo (n=19) consistiu de crianças e adolescentes com problemas de aprendizagem ou comportamento. As conclusões identificadas a partir da abordagem qualitativa nos ajudaram a interpretar e contextualizar os resultados da pesquisa.

ANÁLISES DOS RESULTADOS

Para a análise dos dados, a prática de *hackear* perfis foi operacionalizada num item de questionário: “alguém fez mau uso da minha senha para acessar meu perfil sem a minha permissão”. Para medir o impacto, foi pedido às crianças e aos adolescentes que usassem uma escala de quatro pontos⁴ para classificar a intensidade e duração do dano, ou seja, o quanto se sentiram chateados e por quanto tempo esse sentimento durou. Para medir o impacto ou dano emocional geral, a pontuação média para intensidade e duração do dano foi usada para criar um índice de danos, uma variável derivada em níveis de intervalo (min.=0, máx.=3) (D'HAENENS et al, 2013). Após, foi pedido aos respondentes que avaliassem 13 estratégias de enfrentamento numa escala Likert de 4 pontos, de 0 a 3: (0) “Eu não faria isso”; (1) “Talvez eu fizesse isso”; (2) “Eu provavelmente faria isso”; e (3) “Eu certamente faria isso”. A análise identificou três componentes principais de enfrentamento entre os que tiveram perfis *hackeados*: *enfrentamento proativo* ($\alpha=.71$)⁵, *enfrentamento comunicativo* ($\alpha=.46$)⁶ e *indiferença* ($\alpha=.54$)⁷. Três estratégias de enfrentamento não foram consideradas: só fatores acima de .40 foram interpretadas. Mediante as pontuações médias das estratégias de enfrentamento em cada componente, criamos três variáveis relacionadas ao enfrentamento de riscos (VANDONINCK; D'HAENENS, 2015). Tanto o enfrentamento proativo quanto o comunicativo foram descritos como abordagens pautadas pelo engajamento, enquanto a indiferença foi associada com a ausência de engajamento.

⁴ A intensidade de dano foi medida por meio da escala: não chateado; um pouco chateado; consideravelmente chateado; muito chateado. A duração do dano foi medida pela escala: eu superei rapidamente; eu me senti assim por alguns dias; eu me senti assim por algumas semanas; eu me senti assim por alguns meses.

⁵ Mudar as configurações de privacidade, bloquear o contato, proteger dados pessoais ou deletar imagens ou mensagens.

⁶ Falar com pais, buscar apoio *on-line* ou ficar *off-line* por um tempo.

⁷ Não se importar com o que aconteceu, esperar que vá embora por conta própria ou ignorar o que aconteceu.

IMPACTO EMOCIONAL DA PRÁTICA DE PERFIS *HACKEADOS*

Resultados indicaram que 9% dos respondentes tiveram seus perfis *hackeados* no ano anterior à pesquisa. Entre eles ($n=179$), 54% relataram se sentir muito chateados com a situação. Não houve diferença significativa em comparação à pontuação no índice de danos para vítimas ($N=179$, $M=1.81$, $SD=.85$) e não vítimas ($N=1,834$, $M=1.90$, $SD=.75$) usando um teste t de amostras independentes ($t=1.49$, $df=2011$). Isso sugere que os jovens estão cientes das consequências negativas de terem perfis *hackeados*, o que é percebido como uma situação desagradável ou problemática, independentemente do fato de eles terem sido vitimizados antes.

QUAIS CRIANÇAS E ADOLESCENTES FICARAM MAIS CHATEADOS POR TEREM SEUS PERFIS *HACKEADOS*?

Para testar que elementos individuais e contextuais contribuem para prever maior intensidade de dano, conduzimos uma regressão múltipla hierárquica com o índice de danos (intensidade e duração) como variável dependente. Usamos o método ENTER e as variáveis foram adicionadas ao modelo em três blocos. No bloco 1, inserimos características individuais (sociodemográficas e de personalidade) que haviam sido identificadas como fatores relevantes no estudo EU Kids Online (VANDONINCK et al, 2012; VANDONINCK et al, 2013). Em alinhamento com as sugestões daquele estudo para futuras pesquisas, adicionamos indicadores sobre relacionamentos com pais e professores no bloco 2. Finalmente, avaliamos o impacto das experiências pessoais e relacionamentos com pares; esses indicadores foram inseridos no bloco 3.

A Tabela 1 mostra que as meninas tiveram (ou teriam tido) mais sentimentos negativos com relação a terem perfis *hackeados* em comparação aos meninos. Adolescentes tiveram (ou teriam tido) mais emoções negativas sobre perfis *hackeados* do que os pré-adolescentes. Aparentemente, um alto nível de habilidades digitais não influenciou como as crianças e adolescentes se sentiram (ou teriam se sentido) quanto a terem perfis *hackeados*. Características pessoais, por sua parte, foram indicadores importantes: crianças e adolescentes que se sentiam inseguros, ou que tinham baixa autoestima, se sentiram (ou teriam se sentido) mais chateados sobre perfis *hackeados*, o que poderia estar relacionado a um senso de controle mais baixo.

Surpreendentemente, crianças e adolescentes que tinham melhores relacionamentos com pais ou professores se sentiram (ou teriam se sentido) mais chateados com perfis *hackeados*. Em particular, os relacionamentos com suas mães foram fortes indicadores: crianças e adolescentes que recebiam mais carinho e apoio apresentaram intensidades mais altas de danos. Um padrão similar foi encontrado em quem mantinha relacionamentos de mediação com professores, o que foi associado a mais danos quando relacionados com perfis *hackeados*. O papel dos pais foi menos pronunciado, apesar de uma boa relação entre pais e filhos também ter sido associada a sentir-se mais chateado. Esse resultado nos motiva a refletir sobre a causalidade da relação entre elementos sociais e contextuais e a sensação de chateação.

TABELA 1

INDICADORES DE DANOS CAUSADOS POR PERFIS HACKEADOS

Regressão múltipla hierárquica (método ENTER).

Elementos individuais e contextuais indicadores de maior intensidade de danos por terem perfis *hackeados* (N=1.878).

	Beta (β)	valor-p
Bloco 1 – Características individuais		
Idade	.072	**
Gênero	.154	***
Habilidades digitais	-.028	
Insegurança	.150	***
Autoeficácia	-.077	**
Sociabilidade	.048	
Bloco 2 – Papel de pais e professores		
Confiança e apoio emocional (mães)	.104	***
Confiança e apoio emocional (pais)	.070	**
Confiança e apoio emocional (professores)	.072	**
Bloco 3 – Papel de experiências pessoais e com pares		
Experiência pessoal	.019	
Exposição geral a riscos	-.011	
Confiança e apoio emocional (pares)	.079	**
Distanciamento (pares)	.066	*
	Adj. F=3.935**	R ² =.123,

*p<.05; **p<.01; ***p<.001

A experiência pessoal com perfis *hackeados* e a exposição geral a riscos – ou seja, ser confrontado com pelo menos um dos seis tipos de riscos *on-line* no último ano⁸ – não teve qualquer impacto significativo na intensidade do dano. Isso confirmou nosso achado de que as crianças e adolescentes com e sem experiência pessoal com perfis *hackeados* avaliaram de forma similar o impacto emocional em lidar com a experiência de ter os perfis *hackeados*. Em geral, a prática de *hackear* perfis foi percebida como consideravelmente danosa. O apoio de colegas teve resultados ambivalentes; crianças que não se sentiam aceitas em seus grupos de pares relataram mais sentimentos negativos a respeito das práticas de *hackear* perfis. Ao mesmo tempo, crianças e adolescentes que confiavam em seus pares também relataram mais danos.

⁸ Exposição a *bullying on-line*, imagens sexuais ou imagens chocantes, encontrar estranhos, *sexting* e ter perfis *hackeados*.

Entre todas as crianças e adolescentes entrevistados, notamos que alguns tendiam a associar a prática de *hackear* perfis ao *bullying on-line*, enfatizando que ele ameaçava sua imagem e reputação entre seus pares porque o *hacker* poderia fazer uso inapropriado de informações pessoais ou “roubar suas identidades”. Outros consideraram ter perfis *hackeados* como um ato de provocação *on-line*, algo que acontece entre colegas de classe “só de brincadeira”. Várias crianças e adolescentes haviam sido confrontados com tais episódios de provocação, pessoalmente ou como testemunhas. Tais práticas foram percebidas como normais, e havia a expectativa, por parte de seus amigos (próximos), de que se tolerasse um comportamento provocativo em um determinado grau. Essas crianças e adolescentes pareceram aceitar essa situação, apesar de seus professores indicarem que tais episódios de provocação poderiam se intensificar em razão de mal-entendidos, resultando assim em circunstâncias dramáticas e “arruinando o clima” em sala de aula ou na escola.

Tessa (13 anos): Hoje em dia, há muito rebuliço na escola sobre os perfis dessas garotas populares estarem sendo *hackeados*. Coisas como compartilhar fotos editadas delas, coisas assim. Mas todos sabem que é falso, então [*não é tão ruim*].

ENFRENTANDO SITUAÇÕES DE PERFIS *HACKEADOS*

Quando deparados com perfis *hackeados*, 81% dos respondentes afirmam que teriam protegido suas informações pessoais de forma melhor. A maioria das crianças e adolescentes teria mudado suas configurações de privacidade (75%), bloqueado contatos (74%) ou deletado imagens ou mensagens (62%). Estratégias comunicativas foram menos populares; aproximadamente metade teria conversado com amigos (49%) ou pais (45%). Poucas teriam buscado ajuda em *hotlines* virtuais (11%). Cerca de uma a cada três (34%) afirmou que não se importava ou não teria se importado com o fato, possivelmente porque essas crianças e adolescentes não perceberam a situação como problemática. Uma em cada cinco (20%) teria buscado vingança, tentando *hackear* de volta o perfil do agressor.

VARIÁVEIS DE ESTRATÉGIAS PROATIVAS, ENFRENTAMENTO COMUNICATIVO E INDIFERENÇA

Para testar as abordagens escolhidas por crianças e adolescentes, conduzimos três análises de regressão múltipla hierárquica com variáveis de enfrentamento como dependentes. De modo similar ao procedimento para impacto e danos, usamos o método ENTER, começando com os indicadores que haviam sido identificados como fatores relevantes em nossas análises prévias (VANDONINCK; D’HAENENS, 2015), buscando indicadores que haviam produzido resultados mais ambivalentes. No bloco 1, inserimos idade e gênero como variáveis-controle. No bloco 2, adicionamos variáveis relacionadas à experiência pessoal e ao impacto. No bloco 3, incluímos características individuais; por exemplo, indicadores de personalidade e nível de habilidades digitais. No bloco 4, inserimos indicadores para a qualidade dos relacionamentos das crianças e adolescentes com os pais, professores e pares. Finalmente, no bloco 5, buscamos efeitos de interação; para tanto, incluímos danos e experiência e habilidades e idade como termos de interação.

TABELA 2

INDICADORES DE ABORDAGENS DE ENFRENTAMENTO

Regressões múltiplas hierárquicas (método ENTER).

Elementos individuais e contextuais indicadores do enfrentamento comunicativo, do enfrentamento proativo e da indiferença.

	Enfrentamento comunicativo		Enfrentamento proativo		Indiferença	
	Beta (β)	Valor-p	Beta (β)	Valor-p	Beta (β)	Valor-p
Bloco 1 – Variáveis sociodemográficas						
Idade	-.132	***	.181	***	-.028	
Gênero	.035		.029		-.024	
Bloco 2 – Experiência pessoal e impacto						
Intensidade do dano	.221	***	.312	***	-.101	***
Experiência pessoal	.033		-.031		.049	*
Bloco 3 – Características individuais						
Insegurança	.040		.075	**	.103	***
Autoeficácia	-.001		.057	*	.115	***
Habilidades digitais	-.141	***	.122	***	-.023	
Bloco 4 – Contexto social						
Confiança e apoio emocional (mães)	.197	***	.167	***	.038	
Confiança e apoio emocional (pais)	.073	**	.020		.044	
Confiança e apoio emocional (professores)	.116	***	.103	***	.106	***
Confiança e apoio emocional (pares)	-.016		.012		-.016	
Distanciamento (pares)	.090	***	.040		.010	
Bloco 5 – Efeitos de interação						
Dano e experiência	N/A		.013		-.044	
Habilidades e idade	N/A		-.097	***	.087	***
	Adj. R ² =.289 F=64.30***		Adj. R ² =.252 F=45.94 ***		Adj. R ² =.053 F=8.46***	

Enquanto os adolescentes mais velhos adotaram mais estratégias proativas, as crianças mais novas tenderam a preferir uma abordagem comunicativa. Apesar de se esperar que as meninas fossem mais comunicativas (VANDONINCK; D'HAENENS, 2015), a variável gênero não teve papel significativo no enfrentamento de situações de perfis *hackeados*. A intensidade do sentimento de chateação foi um indicador forte em todos os modelos de regressão. Crianças que se sentiram (ou teriam se sentido) mais incomodadas mostraram um enfrentamento mais engajado, enquanto o dano de baixa intensidade esteve relacionado com pouco engajamento ou indiferença. A experiência pessoal prévia com perfis *hackeados* foi de pouca importância para a abordagem de enfrentamento das crianças. Conforme as características de personalidade, verificamos que as crianças e adolescentes que se sentiram inseguras tinham maior probabilidade de serem indiferentes. Ao mesmo tempo, a insegurança também previu enfrentamento proativo. Identificamos uma tendência similar entre crianças e adolescentes com alta autoeficácia; elas tenderam a ser mais indiferentes, mas também

responderam mais proativamente. Claramente, a personalidade por si só não pode prever como crianças e adolescentes enfrentam perfis *hackeados*, e temos de levar em conta outros fatores para entendermos como essa população lida com esse risco *on-line*. Crianças e adolescentes com baixos níveis de habilidades digitais preferiram estratégias de baixa tecnologia, como o enfrentamento comunicativo. Aqueles com mais habilidades digitais adotaram estratégias mais proativas que exigiam algumas habilidades digitais (básicas).

Crianças e adolescentes que apresentavam bons relacionamentos com suas mães exibiram enfrentamento mais engajado. O bom relacionamento com os pais promoveu enfrentamento comunicativo, apesar desse ter sido um indicador mais fraco. Resultados com relação ao relacionamento com professores foram ambivalentes. Crianças e adolescentes que depositaram confiança em seus professores adotaram mais enfrentamento comunicativo e estratégias proativas. Notavelmente, ao mesmo tempo houve uma associação positiva com a indiferença. Nossos resultados confirmaram o complexo papel dos pares; crianças e adolescentes que se sentiam alienados de seus pares (e mais solitárias) ainda assim tinham a intenção de conversar com alguém sobre a situação.

A interação de dano e experiência não pareceu relevante para enfrentar as práticas de perfis *hackeados*. Efeitos de interação para habilidades digitais e idade se aplicaram para enfrentamento proativo e indiferença. Assim, observamos que, no grupo de maior idade, o nível de habilidades digitais não teve impacto no enfrentamento proativo ou na sua intenção. Em contraste, no grupo de menor idade, notamos uma diminuição considerável em enfrentamento proativo entre crianças com pouca habilidade digital. Além disso, no grupo de maior idade, níveis mais altos de habilidades digitais foram associados a mais indiferença. No grupo de menor idade, entretanto, crianças com poucas habilidades digitais indicaram uma atitude mais indiferente.

DISCUSSÃO SOBRE AS RESPOSTAS DE ENFRENTAMENTO DAS CRIANÇAS E DOS ADOLESCENTES

Ao analisar os dados qualitativos sobre perfis *hackeados*, uma abordagem de enfrentamento comum foi desativar contas *hackeadas* e, subsequentemente, criar novos perfis. Os pares frequentemente recomendaram essa abordagem às vítimas: ela foi recebida como uma estratégia efetiva e útil que reduziu consequências negativas. Algumas crianças e adolescentes procuraram assistência prática de pais ou irmãos no processo de desativar a conta. As vítimas também investiram em esforços para informar os pares (*on-line* e *off-line*) sobre a situação, a fim de proteger suas reputações entre colegas de classe e outros amigos. As vítimas avisaram os colegas de classe e amigos para não acreditarem em nada que fosse postado no antigo perfil. Se fosse possível identificar o *hacker*, a maioria das crianças consideraria procurar confrontos pessoais, tanto construtivos (por exemplo, enfrentamento comunicativo) ou agressivo (por exemplo, retaliação ou vingança).

Algumas crianças adotaram uma atitude indiferente quando confrontadas com seu perfil sendo *hackeado*. Crianças autoconfiantes afirmaram que era fácil ignorar os comentários desagradáveis de pares no seu perfil antigo, porque elas tinham uma reputação estável entre os pares e não se importavam (ou fingiam não se importar) com o que os outros pensam. Os valores e normas do grupo de pares também desempenharam um papel na decisão de crianças e adolescentes de evitar estratégias proativas e aceitar ou normalizar a situação. A tolerância quanto a brincadeiras de pares em contextos *on-line* pareceu alta. Algumas crianças que tiveram perfis *hackeados* retrataram a agressão como uma “brincadeira” entre amigos. Elas argumentaram que tais coisas não devem ser levadas a sério e não faria sentido “fazer drama”.

Wendy (13 anos): Eles tentaram [*hackear meu perfil*] com minha senha, e uma vez eles conseguiram. Então eu tive que recomeçar com o Facebook totalmente. Mas na época eu não tive [*Facebook*] por muito tempo, foi só no começo. Mas é... você não pode fazer nada [*pra evitar isso*]. [*Eles não postaram nada no meu perfil*], então eu imediatamente criei uma nova conta de Facebook e minha mãe desativou [*a (velha) conta hackeada*].

Para algumas crianças com perfis *hackeados*, simplesmente desativar a conta pode ter sido insuficiente para restaurar o bem-estar emocional. Assim, elas procuraram apoio de pais ou professores. Um ambiente de comunicação aberta em família ou na escola – em que adultos mostravam interesse genuíno nas atividades *on-line* das crianças e adolescentes – encorajou-as a adotar enfrentamento comunicativo.

CONCLUSÃO

Neste estudo, a vulnerabilidade a riscos de privacidade, oriunda da prática de *hackear* perfis, foi definida como uma combinação de se sentir prejudicado e não ter capacidades cognitivas suficientes ou recursos sociais para adotar uma abordagem de enfrentamento engajada. Personalidade e contexto social pareceram ser dois elementos-chave para identificar crianças e adolescentes que sofreram mais com perfis *hackeados*. Insegurança, baixa autoconfiança e distanciamento dos pares foram associadas a maior intensidade de dano. Concluímos que essas crianças e adolescentes se beneficiariam de uma abordagem de enfrentamento mais ativa para reduzir o dano. No entanto, não observamos nenhum engajamento consistente com respostas de enfrentamento proativas ou comunicativas. Crianças e adolescentes inseguros tinham maior probabilidade ainda de se manter indiferentes. O contexto social dessa população é importante, pois provê o capital social e os recursos necessários para o fornecimento de apoio prático e emocional (CASSIDY, 1994; BELL; CALKINS, 2000; BROWN; BAKKEN, 2011), e pode evitar que crianças e adolescentes apresentem pouco engajamento ou sejam agressivos. Relacionamentos próximos com pais (especialmente mães) e professores foram associados ao enfrentamento comunicativo. Portanto, uma rede social forte e que ofereça apoio pode ajudar crianças e adolescentes que se sentem (muito) chateados a encontrar formas apropriadas de lidar com o problema.

O apoio emocional de pares revelou resultados ambivalentes, possivelmente porque a linha entre o apoio e a pressão dos pares pode ser muito tênue, especialmente para adolescentes (das fases inicial e média) e crianças e adolescentes mais ingênuos ou menos autoconfiantes.

Enquanto crianças mais resilientes sabem como lidar com pressão dos colegas, isso é mais difícil para crianças com autoestima mais baixa, que têm tendência a aceitar normas de grupos, dos pares e ter mais dificuldades em expressar suas próprias opiniões sobre o que gostam (ou não) com relação a certas práticas *on-line* (SIIBAK; MURUMAA, 2011).

Para concluir, consideramos que é preciso promover comunicação aberta e facilitar oportunidades de buscar apoio. Nesse ambiente comunicativo aberto, crianças e adolescentes deveriam se sentir à vontade para falar sobre experiências *on-line* desagradáveis sem medo de punições severas ou repercussões extremas. Reduzir o limite de enfrentamento comunicativo pode ser um desafio, particularmente quando se trata de instigar confiança em crianças menos falantes. Portanto, pais e professores devem observar com cuidado aquelas crianças e adolescentes que apresentam características de personalidade como baixa autoconfiança, insegurança e solidão, abordando-as de forma proativa para falar sobre suas experiências *on-line* e de como se sentem a respeito delas.

REFERÊNCIAS

BARBOVSCHI, M. "Dealing with misuse of personal information online – coping measures of children in the EU Kids Online III project". *Communications: The European Journal of Communication Research*, v. 39, n. 3, p. 305-326, 2014.

BELL, K. L.; CALKINS, S. D. "Relationships as inputs and outputs of emotion regulation". *Psychological Inquiry*, v. 11, n. 3, p. 160-163, 2000.

BOYD, D. "Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life". In: BUCKINGHAM, D. (org.). *Youth identity and digital media*. Cambridge: MIT Press, 2008. v. 6. p. 119-142.

BROWN, B. B.; BAKKEN, J. P. "Parenting and peer relationships: Reinvigorating research on Family-Peer linkages in adolescence". *Journal of Research on Adolescence*, v. 21, n. 1, p. 153-165, 2011.

CASSIDY, J. "Emotion regulation: Influences of attachment relationships". *Monographs of the Society for Research in Child Development*, v. 59, n. 2-3, p. 228-283, 1994.

D'HAENENS, L.; VANDONINCK, S.; DONOSO, V. *How to cope and build online resilience?* London: EU Kids Online, 2013. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/48115/>>. Acesso em: 10 set. 2016.

DE VRIES, D.; PETER, J.; DE GRAAF, H.; NIKKEN, P.; VALKENBURG, P. "Adolescents' social network site use, appearance training and body dissatisfaction: Testing a mediation model". In: 5th EUROPEAN COMMUNICATION CONFERENCE. Portugal, 2014.

ELLISON, N. B.; HEINO, R.; GIBBS, J. "Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment". *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 11, p. 415-441, 2006.

ELLISON, N. B.; BOYD, D. "Sociality through social network sites". In: DUTTON, W. H. (org.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, 2013. p. 151-172.

KOWALSKI, R.; GIUMETTI, G.; SCHROEDER, A.; LATTANNER, M. "Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth". *Psychological Bulletin*, v. 140, n. 4, p. 1073-1137, 2014.

LIVINGSTONE, S. "Taking risky opportunities in youthful content creating: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression". *New Media & Society*, v. 10, n. 3, p. 393-411, 2008.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. (org.). *Kids Online*. Opportunities and Risks for children. Bristol: The Policy Press, 2009.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GORZIG, A.; OLAFSSON, K. *EU Kids Online II: Final Report*. London: EU Kids Online, 2011. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/39351/>>. Acesso em: 10 set. 2016.

MACHMUTOW, K.; PERREN, S.; STICCA, F.; ALSAKER, F. D. "Peer victimization and depressive symptoms: Can specific coping strategies buffer the negative impact of cybervictimization?". *Emotional and Behavioural Difficulties*, v. 17, n. 3-4, p. 403-420, 2012.

MAZZARELLA, S. (org.). *Girl Wide Web 2.0: Revisiting girls, the Internet and the negotiation of identity*. New York: Peter Lang, 2010.

SCHOUTEN, A.; VALKENBURG, P.; PETER, J. "Precursors and underlying processes of adolescents online self-disclosure: Developing and testing an 'internet attribute perception' model". *Media Psychology*, v. 10, n. 2, p. 292-315, 2007.

SIIBAK, A.; MURUMAA, M. "Exploring the "nothing to hide" paradox: Estonian teens' experiences and perceptions about privacy online". In: A DECADE IN INTERNET TIME: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society. UK: [s.n.], 2011.

SIPPOLA, L. K.; BUKOWSKI, W. M. "Self, other and loneliness from a developmental perspective". In: ROTENBERG, K.; HYMEL, S. (org.). *Loneliness in childhood and adolescence*. New York: Cambridge University Press, 1999. p. 280-295.

SMOCK, A. D.; ELLISON, N. B.; LAMPE, C.; WOHN, D. Y. "Facebook as a toolkit: A uses and gratifications approach to unbundling feature use". *Computers in Human Behavior*, v. 27, n. 6, p. 2322-2329, 2011.

VANDENBOSCH, L.; PETER, J.; VAN OOSTEN, J. "Exposure to violence-themed, dominance-themed and affection-themed sexually explicit internet material in adolescent boys and girls". In: ETMAAL VAN DE COMMUNICATIEWETENSCHAP. Belgium: Editora, 2015. p.

VANDONINCK, S.; D'HAENENS, L.; SEGERS, K. "Coping and resilience: children's responses to online risks". In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (org.). *Children, risk and safety on the Internet*. Research and policy challenges in comparative perspective. Bristol: The Policy Press, 2012. p. 205-218.

VANDONINCK, S.; D'HAENENS, L.; ROE, K. "Online risks: Coping strategies of less resilient children and teenagers across Europe". *Journal of Children and Media*, v. 7, p. 60-78, n. 1, 2013.

VANDONINCK, S.; D'HAENENS, L. "Children's online coping strategies: Rethinking coping typologies in a risk-specific approach". *Journal of Adolescence*, v. 45, p. 225-236, 2015.

VAN GOOL, E.; VAN OUYTSEL, J.; PONNET, K.; WALRAVE, M. "To share or not to share? Adolescents' self-disclosure about peer relationships on Facebook: An application of the Prototype Willingness model". *Computers in Human Behavior*, v. 44, p. 230-239, 2015.

VAN OUYTSEL, J.; WALRAVE, M.; PONNET, K. "How schools can help their students to strengthen their online reputations". *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, v. 87, n. 4, p. 180-185, 2014.

VEENSTRA, S.; VANDEBOSCH, H.; WALRAVE, M. "Cyberbullying: Defining, understanding and intervening". In: LEUKFELDT, R.; STOL, W. (org.). *Cyber Safety: An introduction*. The Hague: Eleven International Publishing, 2012. p. 217-226.

YOUN, S. "Determinants of online privacy concern and its influence on privacy protection behaviors among young adolescents". *The Journal of Consumer Affairs*, v. 43, n. 3, p. 389-418, 2009.

ZHAO, Y.; QIU, W.; XIE, N. "Social networking, social gaming, texting". In. SINGER, D. G.; SINGER, J. L. (org.). *Handbook of Children and the Media*. Los Angeles: Sage, 2012. p. 97-112.

#INTERNET SEM VACILO: O DIREITO DE SER ADOLESCENTE NO AMBIENTE VIRTUAL

Gabriela Goulart Mora¹

INTRODUÇÃO

Compreender o contexto em que os adolescentes brasileiros constroem sua identidade, conquistam sua autonomia e interagem com pares e adultos de referência é fundamental para apoiar o seu processo de desenvolvimento. Embora a conectividade tenha sido apontada como um desafio para 26% da população de 10 a 15 anos e 17% da população de 16 a 24 anos², é difícil pensar a adolescência na contemporaneidade dissociada das tecnologias de informação e comunicação (TIC). Em um contexto em que jovens modulam suas subjetividades por meio dos “dispositivos de visibilidade de sua época” (BRUNO, 2013), ser adolescente significa ver e – ao mesmo tempo – ser visto, vigiar e ser vigiado, produzir sua própria visibilidade, memória e narrativa sobre si mesmo e seu tempo, sem depender da autorização ou intervenção de terceiros (BRUNO, 2013).

Com o intuito de promover o direito de ser adolescente³, tanto em ambientes virtuais como presenciais, a campanha #InternetSemVacilo, lançada em 2015, convidou adolescentes brasileiros a refletir sobre suas práticas na rede. A iniciativa procura estimular esse público a se beneficiar das oportunidades *on-line*, evitar riscos desnecessários e conhecer canais de apoio nos casos em que se percebem em situações de vulnerabilidade.

¹ Oficial do Programa Cidadania dos Adolescentes do Unicef no Brasil. Mestre em Antropologia e Desenvolvimento pela London School of Economics and Political Science (LSE), mestre e bacharel em Comunicação Social pela Universidade de Brasília (UnB). Atuou como pesquisadora, comunicadora e gerente de projetos sociais em organizações não governamentais e organismos internacionais no Brasil, na Índia e na Inglaterra.

² De acordo com a pesquisa TIC Domicílios 2014, 74% da população de 10 a 15 anos e 83% da população de 16 a 24 anos eram usuários de Internet no Brasil, considerando os indivíduos que utilizaram a rede pelo menos uma vez nos três meses que antecederam a entrevista. (CGI.br, 2015b).

³ Por meio da expressão “direito de ser adolescente”, o Unicef propõe uma perspectiva da adolescência enquanto uma fase de oportunidades, deslocando o discurso que a define, sobretudo, como uma fase de crise ou um problema. Assim, a adolescência pode ser considerada um dos ciclos de vida mais interessantes, repleto de possibilidades de aprendizado, experimentação e inovação: uma etapa de vida que precisa ser vivida de forma plena, saudável, estimulante e protegida pelos direitos assegurados na Convenção sobre os Direitos da Criança e, no Brasil, no Estatuto da Criança e do Adolescente (UNICEF, 2011).

A ação #InternetSemVacilo propiciou uma série de reflexões e aprendizados, entre eles, a importância de se transcender o binarismo *on-line/off-line*. É fundamental compreender que as novas gerações compartilham suas ideias e seus posicionamentos, além de construírem relacionamentos em diversas esferas sociais. Essa dinâmica requer um reposicionamento da família, do Estado e da sociedade diante das novas mídias digitais, de modo que esses atores não se omitam em seu papel de apoiar os adolescentes no desenvolvimento de resiliência diante de riscos, no reconhecimento de oportunidades e na participação no debate sobre a governança da Internet.

Por meio dessa ação, foi possível experimentar novas linguagens e fazer a transição de um modelo de comunicação unidirecional para um canal de diálogo direto com o público adolescente. A iniciativa também facilitou o agendamento do tema da segurança na Internet junto a adolescentes, pais, educadores e operadores do Sistema de Garantia de Direitos. A ação levantou ainda a necessidade de ampliar o engajamento dos adolescentes no ambiente virtual para que participem do debate sobre seus direitos, respeitando a diversidade das adolescências brasileiras e considerando contextos de desigualdade e vulnerabilidade que afetam o seu desenvolvimento.

AUTONOMIA COM ORIENTAÇÃO

A pesquisa “O Uso da Internet por Adolescentes” revelou que, em 2013, 30% dos adolescentes estavam excluídos do acesso à Internet. Dentre esse público, destacam-se os jovens moradores das regiões Norte e Nordeste, negros, indígenas e pertencentes a famílias de baixa renda (UNICEF, 2013). O estudo indicou ainda que as desigualdades que afetam a vida de adolescentes, bem como as situações que os tornam vulneráveis, se estendem ao ambiente virtual. Os resultados apontam, portanto, para a importância do acompanhamento de pais, educadores e adultos de referência para que adolescentes façam um uso seguro, crítico e responsável das novas tecnologias de informação e comunicação (VOLPI, 2014).

Contudo, acompanhar o comportamento dos adolescentes na Internet não significa monitorar ou estabelecer medidas restritivas, mas estar aberto ao diálogo, à orientação e ao apoio. Pesquisas sobre a influência da mediação parental no uso da Internet por crianças e adolescentes – embora escassas – indicam que estratégias de mediação restritivas tendem a ser ineficazes e facilmente burláveis. A mediação parental está propensa a ser mais efetiva quando se estabelece um diálogo aberto sobre oportunidades e riscos relacionados ao uso da Internet e uma relação de confiança, na qual o adolescente pode se apoiar caso vivencie alguma situação desagradável no uso da rede (APPEL et al, 2012).

A pesquisa TIC Kids Online Brasil tem apontado, ao longo dos anos, que os adolescentes acessam a Internet a cada dia com maior frequência e de forma mais individualizada. A edição de 2014 revelou que acessar a Internet diariamente era um hábito comum a 81% dos usuários de Internet de 9 a 17 anos. Eles demonstram autonomia (82% acessavam a rede por meio de um telefone celular e 32%, por meio de um *tablet*) e habilidade com as ferramentas (entre os usuários de 11 a 17 anos, 64% declararam saber bloquear mensagens). A exposição a riscos que podem levar a situações de vulnerabilidade também foi constatada pela pesquisa: entre os jovens usuários de 9 a 17 anos, 15% foram tratados de forma ofensiva na rede; entre

os de 11 a 17 anos, 21% visualizaram mensagens de ódio e 10% declararam que alguém utilizou suas informações pessoais de forma que os desagradou. Ainda, entre usuários de 9 a 17 anos que têm um perfil em redes sociais, 52% declararam manter seu perfil público (CGI.br, 2015a).

Pesquisadores sugerem que os fatores de risco a que adolescentes estão expostos na Internet sejam analisados de forma contextualizada, para além do ambiente virtual (LIVINGSTONE et al, 2016; LIVINGSTONE; SMITH, 2014; LIAU et al, 2015). Para Livingstone et al (2016), é preciso abordar a questão de maneira holística, e não apenas sob a perspectiva de riscos – ou estaríamos sujeitos a defender políticas excessivamente protecionistas ou restritivas, que podem minar a liberdade de expressão desse grupo populacional. Os autores defendem ainda que a implementação dos direitos das crianças e adolescentes na era digital exige não só a adesão aos direitos humanos, mas também o empoderamento e participação dos usuários, o que pode contribuir para fomentar a sua criatividade, inovação e compromisso social. Nesse contexto, riscos e oportunidades precisam ser equilibrados, e a participação de crianças e adolescentes deve ser fomentada para que aprendam a navegar pelas oportunidades e desenvolver resiliência diante dos riscos decorrentes do uso da rede.

Livingstone e Smith (2014) fizeram uma análise de estudos publicados desde 2008 sobre os riscos do uso da Internet para crianças e adolescentes, revisando pesquisas nas áreas de psicologia, sociologia, educação, comunicação e ciências da computação e em diferentes países, prioritariamente na Europa, América do Norte e Austrália. Os autores concluíram que os riscos de *cyberbullying*, contato com estranhos, mensagens de conteúdo sexual (*sexting*) e pornografia afetam menos de um em cada cinco adolescentes, e que a prevalência da exposição a situações de risco não aumenta com o maior acesso a celulares e mídias digitais, possivelmente devido às crescentes iniciativas de conscientização sobre segurança *on-line*. Além disso, a pesquisa identificou que fatores psicológicos e sociais não originados no ambiente virtual, como problemas de autoestima, falta de apoio dos pais ou de normas sociais entre pares, podem interferir na exposição de crianças e adolescentes a riscos.

Liau et al (2015) analisaram intervenções voltadas à promoção do uso da Internet segura por adolescentes e chegaram às seguintes conclusões: quanto mais informações recebem sobre segurança na Internet, menos riscos correm; quanto maior o fluxo de informações pessoais disponibilizadas na rede (gosto musical, endereço, telefone, foto, etc.), maior a probabilidade de encontrar pessoas que conheceram *on-line*; mesmo quando os pais estabelecem regras, adolescentes definem suas próprias condições para o uso da Internet; a supervisão direta dos pais, com técnicas de controle sobre o que acessam ou uso de filtros, não reduz o risco, entretanto, entre os adolescentes que conversam com os pais sobre mensagens recebidas com conteúdo pornográfico, reduz-se a probabilidade de encontrarem pessoas que conheceram por meio da Internet.

Esses resultados reforçam o argumento pró-diálogo entre pais e filhos. Sugerem também que o processo de decisão sobre os limites de comportamento na Internet seja feito de forma participativa, abrindo espaço para que filhos compartilhem suas experiências na Internet com seus pais e criem oportunidades de aprendizado mútuo.

#INTERNET SEM VACILO

Com o intuito de promover a participação de adolescentes no ambiente virtual, a ação #InternetSemVacilo⁴, divulgada nas redes sociais do Unicef entre julho e setembro de 2015, apresentou vídeos, memes, um guia com dicas práticas e um teste para que adolescentes avaliassem seu comportamento na rede.

Com linguagem informal e bem humorada, cinco temas foram abordados: *cyberbullying* e *sexting*; privacidade; amizades e relacionamentos *on-line*; busca de informações com segurança; e preconceito e intolerância. As celebridades da rede Pyong Lee e Jout Jout participaram voluntariamente da ação, protagonizando memes e vídeos, gravados no Rio de Janeiro⁵: em uma praça pública, Pyong Lee aborda os transeuntes fazendo perguntas pouco habituais em interações *off-line*, mas muito comuns no ambiente virtual: “Quer ser meu amigo?”, “O que vai fazer hoje à noite?”, “Sabia que a passagem de metrô vai aumentar? Vi na Internet”, “Quer ver um vídeo da minha namorada?”. Em estúdio, Jout Jout assiste aos vídeos, faz comentários e convida adolescentes a refletirem sobre o que fazem *on-line*.

Para estimular que adolescentes participassem da ação como produtores de conteúdo, foi promovido um concurso de vídeos e memes sobre os cinco temas da campanha. Os autores das quatro peças selecionadas (dentre as 120 recebidas) elaboraram um roteiro e participaram da gravação de um vídeo com o *youtuber* Pyong Lee. Minutos antes da gravação, os adolescentes foram abordados por um ator que interpretava um funcionário do Unicef e questionava se o conteúdo disponibilizado pelos participantes em seus perfis pessoais nas redes sociais teria afinidade com a missão dos organizadores da iniciativa, sob o risco de interromper o projeto de gravação. A intervenção originou um debate acerca do tipo de informação pessoal que disponibilizam nas redes sociais e as possíveis interpretações que esses dados podem gerar entre os diversos públicos que acessam seus perfis. O debate foi gravado e utilizado como parte do material da campanha.

RESULTADOS

A campanha alcançou 14.468.487 pessoas, atingiu 1.047.925 visualizações e engajou 1.596.719 usuários nas diversas redes sociais em que o Unicef no Brasil está presente⁶. Fora das redes do Unicef, as peças foram veiculadas por instituições parceiras e utilizadas como material de apoio em capacitações sobre segurança na Internet, realizadas pela SaferNet com 750 adolescentes e jovens e 1.400 educadores e operadores do Sistema de Garantia de Direitos de Crianças, incluindo os técnicos do Disque 100, canal de orientação e denúncia sobre violações de direitos humanos do governo federal. O material também obteve ampla

⁴ A ação foi viabilizada a partir da criação da Agência Fermento Promo, com apoio do Google e parceria da SaferNet Brasil, que além de apoio técnico relacionado ao conteúdo, realizou oficinas presenciais sobre segurança na Internet com adolescentes e educadores. O material completo está disponível em: <www.internetsemvacilo.org>.

⁵ Roteiro de Daniel Cariello e produção da Clariô Filmes.

⁶ No Facebook, o alcance chegou a 13.728.900 pessoas. Foram registradas 23.592.243 impressões, foram engajados 381.881 usuários. Os vídeos obtiveram 990.459 visualizações, os *posts* obtiveram 136.793 *likes*, 8.767 comentários e 17.069 compartilhamentos. No Twitter, foram registradas 739.587 impressões, 3.088 *retweets* e 3.877 *likes*. No Youtube, houve 57.466 visualizações, 1.281 *likes*, 31 comentários e 254 compartilhamentos.

repercussão na imprensa, com mais de 70 matérias sobre a iniciativa, incluindo os jornais e telejornais de maior audiência no país.

Como resultado, a ação #InternetSemVacilo propiciou uma série de aprendizados que ajudam a problematizar e redefinir a estratégia de comunicação digital e de promoção da cidadania dos adolescentes: flexibilizar a linguagem utilizada na comunicação com este público, transcendendo o paradigma institucional de transmitir mensagens unidirecionais para um público mais amplo; investir nas redes sociais como estratégia de comunicação interativa; iniciar um diálogo com adolescentes e jovens e buscar construir novas ações em conjunto; estabelecer parcerias inovadoras com *vloggers* (ou *videobloggers*) que têm afinidade com a missão do Unicef e conversam diretamente com o público adolescente; associar-se a instituições que atuam na área de pesquisa, segurança na Internet e promoção dos direitos humanos nas redes sociais – como o Humaniza Redes, do governo federal; a SaferNet, e o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) – e valorizar a diversidade das adolescências no país, garantindo que diferentes vozes estejam presentes nesse diálogo.

DIREITO À PARTICIPAÇÃO

A iniciativa #InternetSemVacilo procurou estender ao ambiente virtual a participação cidadã de adolescentes por meio da criação e fortalecimento de redes e grupos auto-organizados ou vinculados a organizações da sociedade civil. Tais grupos atuam para garantir que adolescentes, e principalmente aqueles mais impactados por desigualdades, tenham voz nos fóruns de debate sobre políticas públicas. São, por exemplo, redes que reivindicam o direito ao esporte seguro e inclusivo (Rejupe); melhores condições de vida para adolescentes e jovens vivendo com o HIV (RNAJVHA); redução das desigualdades no Semiárido (Núcleo de Cidadania dos Adolescentes – Nucas), na Amazônia (Juventude Unida pela Vida na Amazônia – Juva) e nas comunidades populares de grandes centros urbanos (PCU); direitos para as populações LGBT, indígena (Rejuind) e negra; melhoria da educação no meio rural e do Ensino Médio; entre outros temas.

Nesse sentido, a participação pode ser entendida como um direito e, ao mesmo tempo, uma oportunidade para criar mecanismos de superação de vulnerabilidades e passar pela fase de desenvolvimento de maneira saudável e positiva. Os adolescentes

São criativos, têm enorme vontade e capacidade de aprender e de contribuir. Vivenciam novas formas de estudar, pesquisar, brincar, dialogar e interagir. Graças a eles, uma inovadora maneira de construir o conhecimento está em curso, oferecendo aos países uma preciosa oportunidade de preparar essa geração para aperfeiçoar o potencial das tecnologias de comunicação e informação e para promover o desenvolvimento com equidade (UNICEF; SNJ, 2014).

O direito à participação e o respeito e valorização do modo de ser e se expressar de crianças e adolescentes não deveria ser diferente na rede. De fato, entre os marcos legais que garantem o direito à participação está a Convenção sobre os Direitos da Criança, que, por meio do artigo 12, garante a crianças e adolescentes o direito de expressar suas opiniões livremente, ter sua opinião ouvida e devidamente considerada. O artigo 13 reafirma o direito à liberdade de expressão e 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 por qualquer outro meio escolhido por eles. O artigo 14 reconhece o direito à liberdade de pensamento, de consciência e de crença. O artigo 15 proclama o direito de crianças e adolescentes à liberdade de associação e de realizar reuniões pacíficas. Outros artigos estabelecem o direito de crianças e adolescentes – qualquer que seja sua situação social, familiar e escolar – de ter seus pontos de vista devidamente considerados (Art. 9, 16 e 29). Por fim, o artigo 17 garante o acesso a informações e materiais que visam promover seu bem-estar social, espiritual e moral e sua saúde física e mental.

No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), aprovado em 1990, também destaca o direito à participação: no capítulo 2, o artigo 16 fala do direito de ter opinião e expressão, de participar da vida familiar e comunitária sem discriminação e de ter voz na vida política. No capítulo 4, o artigo 53 inclui o direito de organização e participação em entidades estudantis. No título sobre as Medidas de Proteção, dentro do capítulo sobre as medidas específicas, é garantido, a crianças e adolescentes (em separado ou na companhia de pais ou responsáveis), o direito de serem ouvidos, de participarem dos atos e da definição das medidas de promoção dos direitos e de proteção, e de terem sua opinião devidamente considerada pela autoridade judiciária.

O Estatuto da Juventude, instituído em 2013, prevê ainda, no artigo 2, a promoção da autonomia e a emancipação dos jovens; a valorização e a promoção de sua participação social e política, de forma direta e por meio de representações; além da promoção da criatividade e da participação no desenvolvimento do país.

Ao convidar adolescentes para o debate público sobre riscos e oportunidades da Internet, respeitando sua autonomia e capacidade de fazer escolhas, a campanha #Internet Sem Vacilo promove os princípios da Convenção sobre os Direitos da Criança na era digital. Conforme sugere Livingstone (2016), a Internet faz parte da vida de milhares de crianças e adolescentes, sendo entendida por eles como um direito – ou um requisito para garantir seus direitos – à informação, educação e participação. As formas de se relacionar, se comunicar e de expressar sua identidade na adolescência cruzam as fronteiras *on-line* e *off-line*. Nosso papel é nos prepararmos para garantir seu direito à proteção, sem renunciar ao seu direito à participação.

REFERÊNCIAS

APPEL, M.; HOLTZ, P.; STIGLBAUER, P.; BATINIC, B. "Parents as a resource: communication quality affects the relationship between adolescents' internet use and loneliness". *Journal of Adolescence*, v. 35, p. 1641-1648, 2012.

BRUNO, F. "Ver e ser visto: subjetividade, estética e atenção". In. *Máquina de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015a. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 13 maio 2016.

_____. *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros – TIC Domicílios 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015b. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 13 maio 2016.

FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA – UNICEF; SECRETARIA NACIONAL DE JUVENTUDE - SNJ. *Participação Cidadã de Adolescentes e Jovens*. Brasília: UNICEF, 2014. Disponível em: <http://www.unicef.org/brazil/pt/participacao_cidada2015i.pdf>. Acesso em: 13 maio 2016.

FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA – UNICEF. *O Direito de Ser Adolescente: oportunidade para reduzir vulnerabilidades e superar desigualdades*. Brasília: UNICEF, 2011. Disponível em: <http://www.unicef.org/brazil/pt/resources_22246.htm>. Acesso em 01 mai. 2016.

_____. *O Uso da Internet por Adolescentes*. Brasília: UNICEF, 2013. Disponível em: <http://www.unicef.org/brazil/pt/resources_26460.htm>. Acesso em: 02 maio 2016.

LIAU, A. K.; KHOO, A.; ANG, P. H. "Factors influencing adolescents' engagement in risky internet behavior". *CyberPsychology and Behavior*, v. 8, n. 6, 2005.

LIVINGSTONE, S. "Reframing media effects in terms of children's rights in the digital age". *Journal of Children and Media*, v. 10, n. 1, p. 4-14, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/17482798.2015.1123164>> Acesso em: 4 abr. 2016

LIVINGSTONE, S.; BYRNE, J.; CARR, J. *One in Three: Internet Governance and Children's Rights*, Innocenti Discussion Papers n. 2016-01. Florença: UNICEF Office of Research, 2016. Disponível em: <https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/idp_2016_01.pdf> Acesso em: 01 mai 2016

LIVINGSTONE, S.; SMITH, P. K. "Annual Research Review: Harms experienced by child users of online and mobile technologies: the nature, prevalence and management of sexual and aggressive risks in the digital age". *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, v. 55, n. 6, p. 635-654, 2014.

VOLPI, M. "A Internet dos adolescentes: uma grande biblioteca de informações e um lugar de amizade". In. COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI. br, 2014. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Acesso em: 13 maio 2016.

O USO CRÍTICO, CRIATIVO E COMPARTILHADO DAS LINGUAGENS DIGITAIS

Regina de Assis¹

PENSAR E INTERAGIR POR MEIO DAS LINGUAGENS DIGITAIS

Ao analisar os resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014, em especial o indicador que demonstrou um aumento significativo no acesso à Internet por meio de dispositivos móveis (82% das crianças e adolescentes usuários de Internet declararam ter acessado a rede por meio dos telefones celulares, contra 53%, em 2013) (CGI.br, 2015), uma das consequências imediatas é pensar sobre o uso pedagógico destes recursos, junto aos demais, presentes ou não, nas escolas brasileiras.

Essa reflexão provoca a necessidade de uma crítica sobre alguns conceitos que permeiam a questão. De início surge a necessidade de inquirir sobre a gênese da constituição de conhecimentos e valores por meio do uso crítico, criativo e compartilhado das linguagens digitais. Na sequência, vem também a exigência de correlacionar-se a constituição de conhecimentos e valores com a discussão corrente a respeito de habilidades e literacia digital, normalmente utilizadas como pressupostos para o bom uso de computadores de mesa, *laptops*, *tablets*, jogos eletrônicos e celulares por parte de crianças e adolescentes.

Tudo isto provoca a necessidade de promovermos uma introdução à discussão – baseada em uma análise epistemológica mais ampla e profunda – que não se esgotará nestas reflexões. No entanto, é necessário, tanto quanto possível, abrir este campo de análise, pois suas conclusões, mesmo que parciais, afetam a educação de crianças e adolescentes, sem dúvida a de seus professores, além das políticas públicas que daí decorrem.

O esforço que muitos de nós realizamos, desde a origem da criação das linguagens digitais, contribui e contribuirá para a integração de novos e necessários conhecimentos teóricos e práticos, que aclarem conceitos e permitam uma direção mais segura para as pesquisas e os

¹ Mestra e doutora em Educação pelas Universidades de Harvard e Columbia. Professora da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO) e Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), da qual é aposentada. Ex-secretária municipal de Educação do Rio de Janeiro, fundadora e ex-presidente da Empresa Municipal de Multimeios do Rio de Janeiro (Multirio), membro do Conselho Nacional de Educação (1996-2000) e do Grupo de Especialistas das pesquisas TIC Educação e TIC Kids Online Brasil do Cetic.br. É consultora em Educação e Mídia. Atualmente, exerce o cargo de Secretária da Secretaria de Articulação com os Sistemas de Ensino/SASE do Ministério da Educação.

possíveis usos de mídias na educação. Nosso trabalho se realiza nas interconexões sempre presentes, de *techné*, *epistheme*, estética, portanto no âmbito constante da correlação entre ciência e arte. E, assim sendo, na compreensão das práticas sociais, culturais e simbólicas que crianças, adolescentes e os adultos com quem convivem, desenvolvem quando pensam e interagem, por meio das linguagens digitais, no espaço/tempo da Internet.

Os resultados destas reflexões poderão oferecer algumas contribuições para a orientação de novos aspectos a serem considerados nas pesquisas do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), bem como para alguns passos a serem trilhados por meio dos cursos de Pedagogia e das políticas públicas para a educação.

CONSTITUIR CONHECIMENTOS E VALORES

Muito se tem pesquisado, teorizado e divulgado sobre a gênese e as fontes do conhecimento humano, mas as práticas de investigação sistêmica e acadêmica, em geral, as de ação pedagógica nas escolas brasileiras e as de desenvolvimento de políticas públicas nem sempre têm deixado claro quais são os pressupostos teóricos que sustentam.

No contexto da relação entre crianças, adolescentes, seus pais ou responsáveis e seus professores com as linguagens digitais (propostas por vários suportes e ampliadas consideravelmente pelo advento da Internet), há certo voluntarismo determinista no sentido de que expor os estudantes, desde a tenra idade, às tecnologias seria um passaporte para o êxito na vida e na carreira profissional. Isto precisa ser mais amplamente analisado e discutido, pois aquela relação de causa e efeito não se confirma na prática.

No âmbito das políticas públicas também tem se observado uma tendência no sentido de equipar escolas com computadores, viabilizar o acesso à Internet de banda larga e “treinar” professores por meio de vários projetos, programas e iniciativas, como uma necessidade fundamental para o “progresso da educação brasileira”. Avaliações sobre o resultado dessas ações também têm sido questionadas por pesquisas brasileiras.

Embora por parte das universidades públicas ou privadas e de instituições dedicadas à pesquisa haja alguns centros de investigação rigorosos, cuidadosos, trabalhando longitudinalmente e focados nas complexidades e alcances dos usos das mídias em educação, ainda há pouca ressonância dos seus resultados nas políticas públicas e práticas pedagógicas no país. Isso sugere, talvez, a necessidade de criar algumas ações articuladas e projetos-pilotos de mídia e educação, em várias e diversas regiões brasileiras, de modo a experimentar, avaliar e implementar distintos projetos educacionais, que deem conta dos direitos de todos, na desigualdade e variedade de situações encontradas no território nacional.

No entanto, duas práticas parecem ocupar o planejamento de ações no âmbito do uso dos computadores e dos dispositivos móveis, com acesso à Internet, por crianças e adolescentes. Estas práticas dizem respeito ao que se denomina como habilidades e literacia digital.

Sem ter a intenção de apresentar argumentos definitivos a respeito, é, contudo, importante analisar criticamente a que se referem estes conceitos.

O conceito de literacia digital – derivado de um anglicismo *literacy* e de um aportuguesamento da palavra brasileira alfabetização – traz alguns problemas conceituais, que não se reduzem ao léxico, à semântica – especialmente ao sentido de *literacy*, em inglês, e literacia, em português de Portugal – e à gramática. Mas ao próprio conceito do que é aprender com os computadores, seus múltiplos recursos, entre os quais o acesso à Internet, por meio de dispositivos móveis, como os telefones celulares.

Alfabetizar-se é decorar o alfabeto – um conjunto de 26 signos ou letras – ao contrário do rico, instigante e complexo processo de relação entre pensamento e linguagem, que propicia:

1. Constituir sentidos sobre valores cuja origem deriva de afetos, que são cultural e socialmente criados, a partir de conexões, desconexões, descobertas, invenções e tradições;
2. Entender significados de conhecimentos, socialmente aceitos e compartilhados, por meio de linguagens, entre elas a digital.

Assim o que acontece com crianças, adolescentes e as mídias digitais não é, apenas, um processo mecânico de identificar elementos das mesmas, como reconhecer as letras de uma palavra, mas muito mais do que isto, é aprender novas e dinâmicas linguagens, muitas vezes, modificando-as, inventando e acrescentando variados elementos simbólicos, semânticos e gramaticais, por meio de ações individuais ou compartilhadas.

Deste modo, parece que o conceito de literacia digital, em português falado no Brasil, deixa de abranger aspectos indispensáveis à compreensão do que acontece com crianças e adolescentes ao interagir com as mídias digitais. Já o conceito de habilidades é importante, sobretudo quando consideramos os chamados “nativos digitais” com suas supostas capacidades “inatas” de lidar com as máquinas e assim muitas vezes serem capazes de “humilhar” pais, responsáveis e até professores com seus conhecimentos.

Certamente, as gerações criadas com a televisão, os computadores, os jogos eletrônicos, os robôs e telefones celulares têm uma natural identificação com estes instrumentos ricos em capacidade lúdica e pródigos em oferecer alegria, emoções variadas, bom humor, beleza e prazer. No entanto, alguns autores, como Nejm (2015) e Alberó-Andrés (2004), chamam nossa atenção para o fato de que as habilidades dos nativos digitais ao usarem as máquinas, conhecerem seus códigos linguísticos e interagirem com eles são limitadas. Portanto, exigem dos adultos a responsabilidade de intermediar questões de segurança no uso e alcance de possibilidades que constituam e ampliem conhecimentos e valores.

É neste âmbito que a ciência e a arte de viver e aprender na “idade-mídia” exige de pesquisadores, professores, pais e responsáveis conhecimentos mais apurados sobre os processos de constituição de conhecimentos e valores, alvo prioritário da educação.

Sonia Livingstone e Julian Sefton-Green, dois dos mais credenciados e experientes pesquisadores neste contexto, lançaram em 2016 o livro *The Class: living and learning in the digital age*, fruto de vários anos de pesquisa de campo, análises e produção de textos que, ao reconhecer nossa vida intensamente permeada por várias mídias digitais, examina como nossas crianças e adolescentes já conectam, agora e provavelmente no futuro, suas experiências formais e informais de aprendizagem na escola, no lar, com os colegas e por meio de atividades ligadas a seus interesses.

Assim algumas das questões que norteiam a pesquisa são:

- As crianças e jovens contemporâneos têm mais oportunidades do que seus pais?
- À medida que constroem suas próprias redes sociais e digitais, isto contribui com novas perspectivas para aprender e fazer amigos?
- De que modo as crianças e adolescentes navegam por oportunidades de aprendizagem formal e informal num mundo conectado digitalmente, mas duramente competitivo e altamente individualizado?
- O que se espera dos pais e o que os mesmos realmente fazem, ao educar seus filhos na idade-mídia?

Outra pesquisa importante numa linha análoga é a de Henry Jenkins, *By any media necessary (Part One): The book companion as multimodal scholarship* (2016), que levou mais de sete anos de elaboração ao entrevistar mais de 200 jovens ativistas e também monitorar suas estratégias de uso de mídia, buscando melhor entender os mecanismos pelos quais estes grupos detectavam as habilidades existentes e os interesses dos jovens, ajudando-os a canalizar estes recursos e conhecimentos para finalidades cívicas.

Assim, voltamos à questão já mencionada anteriormente, que se refere aos fundamentos epistemológicos dos usos de mídias digitais por crianças e adolescentes, os quais mesmo sendo integrados às práticas escolares, necessariamente, devem contemplar outros usos nos contextos familiares, culturais e sociais frequentados por eles e que se refletirão sobre a organização de currículos escolares e práticas pedagógicas.

TECHNÉ, EPISTEME E ESTÉTICA

É curioso como nós, seres humanos, ao deixar de reconhecer e considerar conhecimentos elaborados há séculos, nos entusiasmos por novidades e modernidades, que nem sempre resolvem nossos problemas de – ao constituir conhecimentos e valores, educando crianças e adolescentes – introduzi-los construtivamente à vida cidadã, em que direitos e deveres vividos com autonomia, responsabilidade e honestidade contribuem, decisivamente, para a justiça social numa sociedade democrática.

A volúpia do poder e do ter ao invés de ser e compartilhar na sociedade de consumo e de mercado reflete-se no que se oferece como educação para muitas crianças e adolescentes. Por isso, vale relembrar as lições de Aristóteles ao elaborar suas teorias paradigmáticas sobre:

- *Techné*, antecessora da tecnologia, que vem a ser uma arte criativa, integrando conhecimentos, práticas e experimentação;
- Episteme, conhecimento em estado puro, gerando ciências a partir de teorias (modos de olhar próximos aos do Criador ou Teo) é um exercício que nos ajuda a entender como trabalhar com mídias digitais na educação, mescla arte criativa com ciência, gerando novas linguagens e modos de ser e estar no mundo.

Se, além disso, acrescentarmos a poética, de Platão, que nos leva à contemplação da beleza, da harmonia da natureza e do prazer, que dá origem, séculos depois, ao campo da estética, compreenderemos melhor como pesquisar e integrar o que a ciência, a tecnologia e a estética, conjugadas nas linguagens digitais, viabilizadas pelas mídias e ampliadas pela Internet, podem produzir junto a crianças, adolescentes, seus pais ou responsáveis e seus professores.

Os resultados da TIC Kids Online Brasil 2014, que constata a importância do uso dos dispositivos móveis e das redes sociais, mas ainda não detectam a influência destes fenômenos sobre as práticas pedagógicas e resultados acadêmicos nas escolas. Grande parte da atividade com mídias é externa às exigências curriculares e à constituição de conhecimentos e valores nas várias áreas de conhecimento como língua materna (para populações indígenas e imigrantes), língua portuguesa, matemática, ciências, geografia e história, para mencionar algumas. Além disso, os resultados detectados pela pesquisa também apontam a importância da mediação dos pais para o uso crítico e seguro da Internet, o que é corroborado por outra recente pesquisa brasileira a respeito: *Publicidade Infantil em Tempos de Convergência* (VITORINO SAMPAIO; CAVALCANTE, 2016). No entanto, estas práticas familiares ainda estão no campo da normatização de valores, mas ainda distantes dos campos da constituição de conhecimentos.

As habilidades para o uso crítico da Internet são ainda bastante restritas às questões de segurança, o que é um avanço, mas há ainda questões de direitos, de cidadania, muito pouco exploradas, como as relativas às questões de gênero, etnias, modas e comportamento, entre outras.

Ao concluir, vale parafrasear a pesquisadora brasileira Ana Luiza Smolka (2009), que, ao comentar sobre imaginação e criação na infância, na perspectiva de Vigotski, afirma que a mesma “pode contribuir para a compreensão – e inspirar a investigação – de como a criança experimenta o drama da vida, pela apropriação das palavras dos outros, pela incorporação de papéis e posições sociais; de como ela trabalha com imagens e pode objetivá-las; de como chega a colocar a vida em palavras; a fazer da vida um romance, uma obra de arte, da escrita uma atividade vital, criadora, que pode afetar e transformar a si própria e aos outros”.

E que, tudo isto pode ser ampliado e compartilhado, exponencialmente, por meio das linguagens das mídias digitais e de seus dispositivos, cada vez mais móveis. O *Admirável Novo Mundo*, previsto por Aldous Huxley, há mais de um século, chegou e aqui está, exigindo de nós compreensão ampliada e renovação de conceitos.

REFERÊNCIAS

ALBERO-ANDRÉS, M. "The Internet and Adolescents: The Present and Future of the Information Society". In. GOLDSTEIN, J.; BUCKINGHAM, D.; BROUGÈRE, G. *Toys, Games and Media*. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2004, p.109 – 129.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes – TIC Kids Online Brasil 2014*. São Paulo: CGI.br 2015. HUXLEY, A. *Admirável Mundo Novo*. 22. ed. Rio de Janeiro: Globo Editora, 2014

JENKINS, H.; SHRESTOVA, S; GAMBER-THOMPSON, L.; KLIGLER-VILENCHIK, N.; ZIMMERMAN, A. *By Any Media Necessary*. The New Youth Activism. Nova Iorque: New York University Press, 2016

LIVINGSTONE, S.; SEFTON-GREEN, J. *The Class Living and Learning in the Digital Age*. Nova Iorque: New York University Press, 2016.

NEJM, R. "Mediações para Boas Escolhas em Tempos de Mobilidade". In. COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes – TIC Kids Online Brasil 2014*. São Paulo: CGI.br, 2015. p.101-110.

SAMPAIO, I. S. V.; CAVALCANTE, A. P. P. *Publicidade Infantil em Tempos de Convergência*. Relatório Final. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, ICA/GRIM, 2016.

SMOLKA, A. L. Apresentação – A atividade criadora do homem: a trama e o drama. In. VIGOTSKI, L. *Imaginação e criação na infância: ensino psicológico*. São Paulo: Ática, 2009.

VIGOTSKI, L. S. *Imaginação e criação na infância*. Ana Luiza Smolka Comenta. São Paulo: Editora Ática, 2009, p.10.

MINHA PRIVACIDADE, NOSSAS REGRAS: ESTRATÉGIAS SOCIAIS DE MANEJO DA PRIVACIDADE ENTRE ADOLESCENTES

Rodrigo Nejm¹

INTRODUÇÃO

Compreendendo a multiplicidade de dispositivos e de possibilidades de apropriação das tecnologias digitais, esta breve reflexão tem como objetivo abordar como adolescentes parecem manejar suas informações privadas em relacionamentos interpessoais desenvolvidos por meio da Internet. Ao explorar reinvenções de regras e estratégias utilizadas para definir conteúdos e audiências no compartilhamento de informações privadas, podemos estar em melhores condições de debater a temática – para além da hipótese catastrófica de que adolescentes superexpõem sua intimidade nas redes, sem se importar com sua privacidade. Assim, a presente reflexão levanta as seguintes questões: sob quais regras adolescentes coordenam a exposição de suas informações privadas? Como gerenciam o fluxo dessas informações? Eles estão habilitados a fazer essa gestão com autonomia, liberdade e segurança? De acordo com a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014, o uso da Internet por crianças e adolescentes tem se dado cada vez mais por meio de telefones celulares: entre os usuários de Internet de 9 a 17 anos, esta forma de acesso saltou de 21%, em 2012, para 82%, em 2014 (CGI.br, 2015). Nesse sentido, é possível afirmar que o uso da rede tem se tornado cada vez mais frequente, móvel e privativo. Para fins desta reflexão, interessa-nos observar de que forma este uso traz implicações para as questões de privacidade – não apenas a partir da perspectiva da proteção, mas também como questões a serem negociadas e gerenciadas, individual e coletivamente, por adolescentes em seu cotidiano digital. Em 2014, os resultados da pesquisa também apontaram para uma intensificação do uso da rede por meio de telefones celulares entre os usuários com 13 anos ou mais. Não foi possível observar uma diferença importante

¹ Bacharel em Psicologia pela Universidade Estadual Paulista (Unesp) e mestre em Gestão e Desenvolvimento Social pelo Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social (CIAGS) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Atualmente é doutorando em Psicologia Social pela UFBA, com estágio na Université Paris Descartes (Paris V) e atividades na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). Também é pesquisador na área de Psicologia e Novas Mídias no Grupo de Pesquisa em Interações, Tecnologias Digitais e Sociedade (GITS/UFBA), diretor de educação da ONG SaferNet Brasil e coordenador do *Safer Internet Day* no Brasil desde sua primeira edição, em 2009.

entre as diferentes rendas: embora essa proporção seja maior entre adolescentes cuja renda familiar está acima de três salários mínimos (89%), 77% das crianças e adolescentes de famílias com renda de até um salário mínimo também se conectaram à Internet por meio desse dispositivo. A diferença de gênero também não se mostrou expressiva, dado que 81% das entrevistadas e 82% dos entrevistados declararam se conectar por meio de celulares (CGI.br, 2015).

A intensificação do uso da rede por meio de dispositivos móveis coloca desafios para a mensuração da frequência de uso, uma vez que a utilização passa a ser feita em inúmeras situações ao longo do dia, em deslocamento por diferentes espaços públicos e privados, estabelecendo limites cada vez mais difusos entre o estar *on-line* e *off-line*. Reconhecendo que usos e apropriações da Internet precisam ser debatidos em consonância com as demais atividades cotidianas (BAKARDJIEVA, 2011) e enfatizando diferenças socioculturais de cada grupo – de modo a evitar uma argumentação que parta do determinismo tecnológico, destacamos aqui algumas questões relacionadas à disponibilidade de adolescentes para exposição de informações pessoais na rede. O uso da Internet em deslocamento, por exemplo, é comum para 56% dos usuários da rede com idades entre 13 e 14 anos e para 69% daqueles entre 15 e 17 anos (CGI.br, 2015). Essa prática, sem a direta interferência da mediação de adultos, oferece maior possibilidade de autonomia para interações com pares, ao permitir uma conexão constante e a livre escolha de interlocutores e conteúdos a serem compartilhados. Especialmente durante a adolescência, estratégias de apresentação e representação de si ganham força no complexo processo de formação identitária. Este processo é essencial para a consolidação dos limites entre o eu e o outro, definindo diferentes regras de privacidade que permitem o fortalecimento e a proteção do *self* em um período em que as relações interpessoais se expandem para além do círculo familiar e pares próximos (PETRONIO, 2002). Não por acaso, acessar redes sociais, ao lado do uso de aplicativos e programas para troca de mensagens instantâneas, permaneceu em destaque, sendo citado por 83% dos adolescentes com idades entre 13 e 14 anos e 87% daqueles entre 15 e 17 anos. Entretanto, o envio e recebimento de mensagens instantâneas obteve frequência ainda maior do que o acesso a redes sociais: 86% dos jovens usuários na faixa entre 13 e 14 anos afirmaram realizar essa atividade mais de uma vez por dia (CGI.br, 2015). Nesse contexto, redes e aplicativos sociais digitais tornam-se cada vez mais relevantes enquanto espaços de socialização e desenvolvimento (BAYM, 2010; BOYD, 2014; LÜDERS, 2011; SUBRAHMANYAM, ŠMAHEL, 2011), que, para além das oportunidades comuns, também reproduzem desigualdades socioeconômicas e culturais presentes em outros ambientes de socialização (BARBOSA et al, 2013). Manter-se em relacionamento com pares, compartilhar informações sobre si e acessar informações dos outros são práticas sociais que ganham novas configurações quando potencializadas pelas mídias digitais, tornando mais complexas as dinâmicas de regulação da privacidade e de manejo dos limites de acesso ao *self* em interações sociais. Em oposição à ideia de que os adolescentes naturalizaram a superexposição de sua intimidade, nos parece relevante lançar um olhar mais detalhado sobre as estratégias e regras sociais de manejo da sua privacidade e exposição em contextos digitais, com destaque para as alternativas de regulação do fluxo de informações pessoais. Ao desenvolver relacionamentos em contextos digitais por meio de seus próprios telefones celulares – em qualquer lugar e a qualquer momento – adolescentes conquistam certa autonomia na seletividade de suas interações. Isso implica em rigorosas expectativas sobre sua disponibilidade e a definição de papeis

nas relações com os pares escolhidos para a exposição de informações pessoais na rede (ITO, OKABE, 2005; SHKLOVSKI et al, 2015).

MULTIDIMENSIONALIDADE DA PRIVACIDADE

Discussões a respeito do fim da privacidade ocorrem em paralelo à tentativa de garanti-la legalmente dentro e fora das mídias digitais. A construção, desconstrução e reconstrução da própria noção de privacidade remetem a questões basilares na formação das sociedades modernas e permanecem em mutação com as transformações sociais contemporâneas. Dentre a pluralidade de aspectos da privacidade, apesar das muitas discussões teóricas, em diferentes áreas, poucos são os consensos sobre o conceito em sua polivalência (ACQUISTI, BRANDIMARTE, LOEWENSTEIN, 2015; BURGOON, 1982; DONEDA, 2006; MARGULIS, 1977; NISSENBAUM, 2010; SCHAFER, 1980; SOLOVE, 2005; VEDDER, 2011). O recorte desta reflexão destaca a privacidade enquanto parte da dinâmica social de regulação dos limites de acesso ao *self* (ALTMAN et al, 1981; DERLEGA; CHAIKIN, 1977; JOURARD, 1966) e de regulação dos fluxos de compartilhamento de informações privadas (MARGULIS, 2003; MARWICK; BOYD, 2014; NISSENBAUM, 2010; PETRONIO, 2002). Interessa-nos justamente atentar para as estratégias que adolescentes utilizam na coordenação dos limites do acesso ao *self*, incluindo o acesso a informações pessoais, espaços pessoais e mesmo a parte do fluxo de pensamentos e sentimentos que compartilham em mídias digitais. Para além da noção de invasão de privacidade, esta reflexão enfatiza a privacidade enquanto aspecto relacionado ao controle da intensidade e da quantidade de exposições que adolescentes escolhem praticar em seus relacionamentos interpessoais, seguindo regras explícita ou implicitamente. Consideramos também que práticas de exposição e uso das informações privadas são baseadas em regras definidas individual e coletivamente em diferentes contextos de interação (PETRONIO, 2002), podendo ocorrer de forma voluntária e direta ou de maneira involuntária e indireta.

PRIVACIDADE COMPARTILHADA: TORNANDO-SE CONHECIDO PELOS OUTROS E POR SI MESMO

Se em alguns momentos as interações em mídias digitais estavam baseadas no anonimato, favorecendo a manifestação de comportamentos até então inexplorados, na atualidade, adolescentes expõem voluntariamente detalhes sobre suas vidas – divulgando, inclusive, seu nome verdadeiro, onde se encontram, o que comem, o que pensam, com quem se relacionam, com quem possuem algum grau de parentesco, em qual instituição estudam e quais suas preferências gerais em termos de lazer –, além de expressarem suas opiniões sobre diferentes temas sociais e políticos pelos quais se interessam. No caso de exposições intencionais, pode-se dizer que há uma antecipação (e uma oferta sob risco) de conteúdos mais íntimos, na tentativa de ampliar laços sociais e trocas, mesmo antes de haver um retorno positivo na interação. Apesar da consciência sobre os eventuais riscos e o potencial de replicação, persistência e escalabilidade do que é exposto em mídias digitais (BOYD, 2011),

os adolescentes parecem mais inspirados por aportes imediatos que podem receber, de modo a evitar o risco da invisibilidade (BUCHER, 2012), do que preocupados com consequências futuras, embora não explícitas, dos seus rastros digitais em um contexto de hiper vigilância (LEE; COOK, 2015). Ao destacarmos a multidimensionalidade da privacidade, as aparentes contradições entre a preocupação com a privacidade e o comportamento de exposição de informações privadas (BARNES, 2006; TREPTE; DIENLIN; REINECKE, 2014) se apresentam em uma dinâmica ainda mais complexa, para além do “paradoxo da privacidade” (DIENLIN; TREPTE, 2015). É justamente a relação dialética entre exposição e preservação que precisa ser evidenciada, salientando-se a necessidade de exposição de aspectos relevantes de si como disparadores de relacionamentos interpessoais (ALTMAN et al, 1981; BOYD; MARWICK, 2011) e como parte importante das formas de apresentação de si e do gerenciamento de impressões que adolescentes praticam em contextos digitais (ELLISON et al, 2014; VITAK, 2015). Dos usuários mais interessados em registrar e compartilhar o máximo de detalhes sobre suas vidas, como os adeptos do *quantified self*², ao usuário esporádico que conversa com amigos e familiares por meio de plataformas digitais, um volume considerável de informações pessoais precisa ser compartilhado para que se iniciem e se mantenham essas interações. A exposição de si voluntária permite não apenas tornar-se conhecido e disponível aos outros, mas também é uma maneira de, a partir dos aportes e reações dos outros, desenvolver o conhecimento sobre o próprio *self*, tendo em vista que ela se torna objeto de reflexão da própria consciência (COOLEY, 1992; MEAD, 1972; GIDDENS, 2002). Nesse âmbito, a criação de grupos dentro de plataformas, a seleção de ferramentas de comunicação direta, a escolha de aplicativos e critérios para compor a lista de amigos conectados são variáveis que revelam diferentes graus de permeabilidade dos limites estabelecidos e indicam variadas formas de compartilhar informações privadas com distintas audiências (LAMPINEN, 2015). Ao mesmo tempo, cada plataforma parece oferecer um conjunto de normas sociais para guiar as exposições de si, numa combinação de expectativas contextuais da plataforma e estratégias pessoais de gerenciamento de impressões, de acordo com as convenções sociais consideradas apropriadas para cada tipo de interação.

A COPROPRIEDADE EXIGE COGESTÃO DAS INFORMAÇÕES PRIVADAS

Em um contexto de intensa interação de adolescentes com seus pares nas mídias digitais, pode-se salientar o caráter criativo e dinâmico das estratégias de negociação sobre regras adotadas quando eles sentem que limites foram rompidos ou que os coproprietários de informações privadas não respeitam as expectativas de controle e de uso das mesmas. Quando uma informação é exposta, o receptor assume responsabilidades individual e coletivamente, criando expectativas de confiança por parte de quem a compartilhou. Nesse sentido, adolescentes são, simultaneamente, receptores e detentores de informações privadas,

² Pessoas que aderem ao uso e desenvolvimento de dispositivos sensorizados, *software*, plataformas colaborativas *on-line*, aplicativos para celular e outras ferramentas para registrar e monitorar suas ações cotidianas e descobrir tendências e correlações entre o seu comportamento e a sua saúde, a partir do armazenamento, a longo prazo, de diversos conjuntos de indicadores que permitem monitorar uma infinidade de condições: doenças crônicas, atividade sexual, qualidade do sono, humor, produtividade, uso do tempo, performance cognitiva, atividade física, etc.

tornando necessária a tomada de decisões sobre a gestão da sua privacidade com base em uma copropriedade de informações ou espaços pessoais que são compartilhados com os pares (PETRONIO, 2002). Um exemplo desse tipo de estratégia pode ser observado em negociações de adolescentes com seus amigos mais próximos, por meio de plataformas mais restritas como o WhatsApp, para definir quais fotos podem ou não ser publicadas em plataformas mais públicas, como o Instagram ou o Facebook. Ao mesmo tempo em que acordam coletivamente sobre critérios de publicação, parecem também respeitar limites implícitos sobre o uso de imagens compartilhadas em certas plataformas, como é o caso do Snapchat, aplicativo que propõe o compartilhamento de momentos mais espontâneos e supostamente menos exigentes quanto ao gerenciamento das impressões, imagens mais “zoadas” nas palavras dos adolescentes. Ainda que muitos adolescentes saibam que, do ponto de vista técnico, é possível salvar imagens compartilhadas por meio do Snapchat e replicá-las em outras plataformas, assumem entre si um acordo tácito de que não deveriam ser replicadas em outros contextos. Outra situação ilustrativa é a estratégia utilizada para não expor seu status *on-line* em algumas plataformas, recorrendo, por exemplo, às ferramentas de conversa via Snapchat e retornando ao WhatsApp assim que possível. Se plataformas e serviços sofrem alterações frequentes, é possível notar que adolescentes não apenas adaptam-se a essas mudanças como também realizam intervenções criativas para que elas atendam às regras que consideram apropriadas para o fluxo de suas informações privadas. A coordenação coletiva dos limites de informações privadas exige também o manejo de regras relativas à permeabilidade dos limites, à propriedade das informações e às conexões entre os limites daqueles que são ou não considerados coproprietários legítimos (CHILD et al, 2009). Uma vez que os contextos estão colapsados em mídias digitais (BOYD, 2011), com bordas fluidas entre contextos e audiência invisíveis, adolescentes buscam estratégias para garantir sua atuação no processo de regulação daqueles que devem ter acesso às suas informações (BOYD, 2014; MARWICK; BOYD 2014). Ainda que possamos admitir que adolescentes expõem mais informações do que era possível (e habitual) poucas décadas atrás, não se podem ignorar os complexos exercícios de manejo individual e coletivo de sua privacidade *on-line*. Nesse contexto, a lista de amigos ou contatos em uma rede social como o Facebook ou Instagram, assim como as configurações de privacidade do perfil podem ser considerados indicadores que marcam alguns limites de copropriedade de informações e revelam expectativas sobre a regulação da permeabilidade e das conexões entre os diferentes coproprietários das informações privadas. O mesmo se dá na delimitação dos contatos que podem ter acesso a informações em grupos de WhatsApp ou ao histórico de publicações no Snapchat. Não é evidente, entretanto, que adolescentes tenham a mesma percepção sobre o direito à copropriedade de suas informações privadas por aqueles que participam de forma indireta de suas interações em mídias digitais. Este é um aspecto que nos aproxima da discussão sobre exposições involuntárias, do acesso indireto às informações privadas – apesar de todas as manobras realizadas para gerenciar a exposição entre pares. Se, ao delimitar quem são os proprietários e coproprietários das informações compartilhadas, adolescentes pactuam regras de coordenação dos limites, dentro de cada plataforma e entre as plataformas, não se pode desconsiderar que empresas proprietárias desses serviços são também coproprietárias das informações dos usuários. Dessa forma, participam ativamente na regulação dos limites, tanto por seu poder para alterar regras de visibilidade quanto pelas condições de uso das informações de acordo com seus interesses em outros contextos.

EXPOSIÇÕES INVOLUNTÁRIAS E A DISPUTA PELA AGÊNCIA NA REGULAÇÃO DOS LIMITES AO SELF

Em um cenário de exposições involuntárias ou indiretas que conferem copropriedade de informações privadas não apenas a amigos e familiares, mas também a empresas e governos, gradativamente compõe-se um enorme banco de dados e metadados³ pessoais, capturados a cada clique e a cada interação mediada pelas tecnologias digitais – especialmente quando se multiplicam os sensores que conectam objetos utilizados cotidianamente, de embalagens de alimentos a roupas. Empresas (com suas políticas de uso dos dados pessoais) e governos (com suas políticas de vigilância massiva) atuam na delimitação de regras que compõem o contexto mais amplo no qual ocorrem exposições de informações privadas, gerando modificações nas múltiplas dimensões da privacidade e alterando a dinâmica da regulação dos fluxos dessas informações (NISSENBAUM, 2010). Como a coordenação dos limites é complexa e ocorre em múltiplos níveis, regras de gestão da privacidade podem ser violadas e limites perturbados quando as convenções não são claras, ou quando estão em mutação, e normas dissonantes atuam simultaneamente num dado contexto (PETRONIO, 2002). Definir as bordas entre cada grupo e cada contexto é muito importante, uma vez que “os limites funcionam como uma âncora relacional para as pessoas na díade, famílias, grupos e organizações. O cuidado na gestão destes limites dá aos indivíduos uma agência com a qual podem manter diferentes tipos de relações” (PETRONIO, 2002, p.87). Diante dessas exposições involuntárias, pode-se questionar o grau de controle que adolescentes efetivamente detêm sobre suas informações privadas e as regras utilizadas para avaliar os custos de tais exposições. Rastros digitais podem incluir tanto as expressões transmitidas voluntariamente quanto aquelas emitidas em relacionamentos mediados, ampliando o leque de agentes que atuam na regulação dos limites de acesso ao *self* e no manejo das informações privadas. Além das exposições voluntárias, registradas nas redes, não se pode menosprezar o volume de dados e metadados que agregam detalhes da vida do usuário, mas que ele próprio desconhece por serem informações reveladas indiretamente, a exemplo do registro de rascunhos de mensagens e publicações⁴. Este conjunto de enormes exposições involuntárias – ou não esclarecidas –, apesar de previsto nos termos de uso de *sites* e aplicativos, dificilmente é considerado por adolescentes como um custo ou risco suficientemente alto para minimizar suas exposições, especialmente se comparados aos retornos positivos imediatos (LEE; COOK, 2015) oferecidos por mídias digitais no desenvolvimento e na manutenção de relacionamentos interpessoais. A criação de perfis customizados que agregam dados pessoais (*profiling*) traz implicações muito sérias sobre a agência de adolescentes na regulação dos limites de acesso ao *self*, não apenas em relacionamentos interpessoais, mas também no relacionamento dos usuários com empresas, governos e a sociedade de maneira mais ampla. O registro de informações privadas em contextos digitais torna-se gradativamente parte das rotinas interacionais desde a infância, a exemplo do consumo de jogos e vídeos; da participação e manutenção de vínculos sociais *on-line*; das atividades escolares e comerciais; dos dados de deslocamento pelos espaços

³ Metadados podem ser definidos como “dados que descrevem os dados”, ou seja, são informações úteis para identificar, localizar, compreender e gerenciar os dados (IBGE). Disponível em: <<http://www.metadados.ibge.gov.br/consulta/glossario.aspx?letra=M>>. Acesso em: 20 jan. 2016.

⁴ Conforme apontou pesquisa sobre a autocensura praticada por usuários do Facebook que analisou conteúdos não publicados, apesar de escritos dentro da plataforma (DAS; KRAMER, 2013; SLEEPER et al, 2013).

urbanos e estradas; do histórico de consultas e exames médicos; e das informações sobre o funcionamento do próprio corpo por meio de sensores utilizados em nome da proteção à saúde, incluindo a tendência de progressiva conexão de objetos domésticos e vestimentas a mídias digitais com mediação dos algoritmos. Assim, a análise e o tratamento desse grande volume de dados podem restringir os contextos de interação de adolescentes no futuro, especialmente em relação à sugestão (ou delimitação e imposição) de conteúdos educativos, mercadológicos, recomendações médicas, serviços públicos e profissões, considerados apropriados a partir da agência de algoritmos ‘superinteligentes’. Ainda que as discussões sobre algoritmos sejam repletas de obscuridades devido à sua invisibilidade e inacessibilidade, para além de especulações distópicas, o seu poder de atuação e organização na delimitação dos regimes de visibilidade nas plataformas não pode ser ignorado nas discussões sobre privacidade em contextos digitais (DIAKOPOULOS, 2015; GILLESPIE, 2014; TADDICKEN, 2012). Nesse sentido, a sua linguagem computacional não é apenas uma expressão técnica, mas carrega um conjunto complexo de normas sociais e valores morais, desde a sua concepção até sua constante atualização por meio dos próprios usos das plataformas nas quais operam (ZIEWITZ, 2016). Por mais que possam variar as formas como são imaginados por adolescentes em seu uso cotidiano de plataformas (BUCHER, 2016), os algoritmos trazem às mídias digitais um conjunto de regras importantes para se pensar o manejo da privacidade: regras sobre a configuração dos ambientes interacionais; sobre a definição dos destinatários das exposições; e regras que condicionam parte do fluxo das informações privadas expostas e que, na maior parte dos casos, escapam da compreensão dos usuários, não sendo negociadas, apesar de sua relevância (DIAKOPOULOS, 2015; GILLESPIE, 2014). Neste cenário, a agência na regulação dos limites de acesso ao *self* e no manejo do fluxo de informações privadas não é apenas humana e individual, mas sim plural e composta pela articulação das agências dos usuários, de seus pares, grupos e organizações, somadas à agência dos próprios dispositivos e algoritmos. Desta complexa articulação, surgem novas situações que demandam uma coordenação híbrida das regras de privacidade e novos critérios para a avaliação das situações que poderão ser consideradas prejudiciais. A relação de custo-benefício das exposições em relacionamentos interpessoais passa a ser feita também por algoritmos mediadores das relações e não apenas pelos adolescentes diretamente envolvidos.

PRIVACIDADE E LETRAMENTO DIGITAL: HABILIDADES TÉCNICAS, SOCIAIS E PRINCÍPIOS

Neste cenário, utilizar dispositivos digitais não é sinônimo de habilidade para desfrutar das oportunidades e explorar de forma consciente e crítica novos ambientes de relacionamento e convivência social, especialmente quando nos indagamos sobre as habilidades de adolescentes para manejar o fluxo de suas informações privadas. Se, por um lado, adolescentes parecem muito criativos no gerenciamento do fluxo de parte de suas exposições voluntárias, motivados pela conquista de validação social e pelo fortalecimento de seus vínculos, por outro, estas motivações não estão sempre associadas à busca por habilidades técnicas ou políticas relacionadas ao manejo de exposições indiretas e involuntárias. Tais limitações se refletem, por exemplo, nas precárias habilidades para utilização de recursos técnicos primários. De acordo com a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014, entre os usuários de Internet entre 13 e 14 anos,

apenas 55% admitiram saber mudar suas configurações de privacidade em perfis de redes sociais; 60% sabiam como bloquear mensagens de uma pessoa e 39% afirmaram saber apagar ou deletar o histórico de *sites* visitados (CGI.br, 2015). Essas dificuldades estão mais presentes em adolescentes cujos pais ou responsáveis apresentam menor grau de escolaridade e situação econômica menos favorável. Ao mesmo tempo, podemos destacar o uso de redes sociais com perfil público, a constante publicação de *selfies*, nome, sobrenome e nome da escola: aqui, novamente, vale alertar para as diferenças socioeconômicas e questionar discursos que superestimam as habilidades de crianças e adolescentes considerados “nativos digitais”. O debate sobre o letramento digital de crianças e adolescentes se torna cada vez mais urgente, apesar de ser menosprezado em muitas políticas públicas educacionais. No caso do manejo de informações privadas, assim como em vários outros aspectos, é indispensável um esforço de educação que contemple as habilidades técnicas, sociais e políticas da cidadania digital. Para além dos riscos relacionados aos contatos e conteúdos já apontados pela pesquisa TIC Kids Online Brasil, não podemos deixar de sinalizar que a fragilidade das habilidades no manejo da privacidade podem ser, elas mesmas, um tipo de risco que pode causar danos importantes às liberdades e oportunidades *on-line*. O cenário se torna mais preocupante no contexto do uso móvel e privativo de mídias digitais, com progressiva conexão de roupas, acessórios e aparelhos domésticos à rede, especialmente se pensarmos que dispositivos de outras pessoas também podem capturar dados, nem sempre oferecendo oportunidade de escolha aos usuários para que possam gerenciar sua privacidade e o uso desses dados coletados. Ao lado das complexas e dinâmicas transformações técnicas que amparam os ambientes digitais, também são variadas as possibilidades de apropriação das tecnologias por adolescentes, que atuam como atores sociais singulares e merecem reconhecimento por parte dos demais cidadãos. Ao mesmo tempo que vivenciar os ambientes digitais permite aos adolescentes remodelarem ou ampliarem seus repertórios, suas experimentações também remodelam os próprios ambientes digitais na medida em que esses se apropriam de maneira criativa, não apenas se adaptando às limitações técnicas ou aos comportamentos prescritos em cada plataforma. A fim de evitar violências cometidas em nome da proteção de crianças e adolescentes *on-line*, vale apostar na provisão de princípios, no amparo legal e no oferecimento de instrumentos para que os jovens ampliem o grau de autonomia na gestão compartilhada de informações e dados pessoais em rede. Podemos ainda apostar em uma maior participação dos próprios adolescentes em espaços de discussão sobre governança e elaboração de políticas públicas relacionadas a esse tema, mas também na criação de novos dispositivos, novas funcionalidades e novos padrões técnicos que assegurem e facilitem o respeito aos princípios de liberdade e privacidade no uso cotidiano da rede. Sua participação pode ser estimulada com a inclusão desses temas na agenda da educação formal e informal, ampliando as pautas das antigas aulas de informática para as atuais classes de computação e cidadania digital, com a introdução de noções básicas de programação associadas às reflexões sobre implicações éticas, políticas e econômicas dos códigos e algoritmos utilizados no cotidiano. A ampliação do letramento digital é um desafio impreterível, se efetivamente considerarmos tecnologias digitais enquanto potencializadoras do desenvolvimento inclusivo, sustentável e com respeito aos direitos humanos.

CONCLUSÃO

Se, por um lado, o manejo das exposições de si em contextos digitais amplia a agência dos adolescentes no controle de informações e espaços pessoais, em uma gradativa conquista de autonomia além dos limites impostos por pais e responsáveis, não podemos, por outro lado, deixar de reconhecer novas ameaças à autonomia e à capacidade de agência de cidadãos em interações nestes novos lugares públicos digitais. A regulação da privacidade como parte condicionante da capacidade de agência sobre as formas de tornar-se acessível aos outros e à sociedade não parece um exercício trivial: além de desafiar adolescentes a encontrarem suas alternativas, exige letramento digital e consciência crítica destes que chamamos “nativos digitais”. Entre o desejo de abertura para escapar da invisibilidade social e a vontade de encriptar a exposição de aspectos de si, a fim de controlar contextos e audiências, as tecnologias digitais oferecem restrições e oportunidades para combinações múltiplas que merecem ser observadas qualitativamente, especialmente nas formas como se manifestam na realidade dos próprios adolescentes. Esta reflexão indica que, por mais criativas que sejam as estratégias sociais criadas por adolescentes, elas precisam estar conectadas a uma educação para apropriação crítica das mídias digitais, conciliando habilidades técnicas, sociais e políticas. Integradas, estas habilidades podem favorecer um contexto no qual adolescentes sejam agentes enquanto cidadãos, não apenas enquanto consumidores; agentes que participem na provisão de um ambiente positivo para si e seus pares, com capacidade de autoproteção e provisão de medidas inovadoras de defesa das liberdades no mundo digital.

REFERÊNCIAS

- ACQUISTI, A.; BRANDIMARTE, L.; LOEWENSTEIN, G. “Privacy and human behavior in the age of information”. *Science*, v. 347, p. 509-514, 30 jan. 2015.
- ALTMAN, I.; VINSEL, A.; BROWN, B. B. “Dialectic Conceptions in Social Psychology: An Application to Social Penetration and Privacy Regulation”. *Advances in Experimental Social Psychology*, v. 14. p. 107-160, 1981.
- BAKARDJIEVA, M. “The Internet in Everyday Life: Exploring the Tenets and Contributions of Diverse Approaches”. In: CONSALVO, M.; ESS, C. (org.). *The Handbook of Internet Studies*. Wiley-Blackwell, 2011, p. 59-82.
- BARBOSA, A.; O’NEILL, B.; PONTE, C.; SIMÕES, J. A.; JEREISSATI, T. *Risks and safety on the internet: comparing Brazilian and European children*. London: EU Kids Online, 2013. Disponível em: < <http://eprints.lse.ac.uk/54801/>>. Acesso em: 28 out. 2015.
- BARNES, S. B. “A privacy paradox: Social networking in the United States”. *First Monday*, v. 11, n. 9, 2006.
- BAYM, N. K. *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press, 2010.
- BOYD, D. “Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications”. In: PAPACHARISSI, Z. (org.). *A networked self: identity, community and culture on social network sites*. New York: Routledge, 2011, p. 39-58.
- BUCHER, T. “Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook”. *New Media & Society*, p. 1-17, 2012.

BURGOON, J. K. "Privacy and communication". In: Burgoon, M. (org.). *Communication Yearbook 6*. Beverly Hills: Sage Publications, 1982, p. 206-249.

CHILD, J. T.; PEARSON, J. C.; PETRONIO, S. "Blogging, communication, and privacy management: Development of the Blogging Privacy Management Measure". *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, v. 60, n. 10, p. 2079-2094, 2009.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 06 mar. 2016.

COOLEY, C. H. *Human Nature and the Social Order*. New York: Transaction, 1992.

DAS, S.; KRAMER, A. "Self-Censorship on Facebook". In: SEVENTH INTERNATIONAL AAAI CONFERENCE ON WEBLOGS AND SOCIAL MEDIA, 2013. Disponível em: <<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM13/paper/view/6093>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

DERLEGA, V. J.; CHAIKIN, A. L. "Privacy and Self-Disclosure in Social Relationships". *Journal of Social Issues*, v. 33, n. 3, p. 102-115, 1977.

DIAKOPOULOS, N. "Algorithmic Accountability". *Digital Journalism*, v. 3, n. 3, p. 398-415, 2015.

DIENLIN, T.; TREPTE, S. "Is the privacy paradox a relic of the past? An in-depth analysis of privacy attitudes and privacy behaviors". *European Journal of Social Psychology*, v. 45, n. 3, p. 285-297, 2015.

DONEDA, D. *Da privacidade à proteção de dados pessoais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

ELLISON, N. B.; VITAK, J.; GRAY, R.; LAMPE, C. "Cultivating Social Resources on Social Network Sites: Facebook Relationship Maintenance Behaviors and Their Role in Social Capital Processes". *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 19, n. 4, p. 855-870, 2014.

GEORGALOU, M. "'I Make the Rules on my Wall': Privacy and identity management practices on Facebook". *Discourse & Communication*, p. 1-25, 2015.

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

GILLESPIE, T. "The Relevance of Algorithms". In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (org.). *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. The MIT Press, 2014, p. 167-194. Disponível em: <<http://migre.me/tyDdo>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

ITO, M.; OKABE, D. "Intimate Connections: Contextualizing Japanese youth and mobile messaging". In: HARPER, R.; PALEN, L.; TAYLOR, A. (org.). *The Inside Text: social, cultural and design perspectives on SMS*. Dordrecht: Springer Netherlands, 2005. p. 127-145.

JOURARD, S. "Some Psychological Aspects of Privacy". *Law and Contemporary Problems*, v. 31, n. 2, p. 307-318, 1966.

LAMPINEN, A. *Networked Privacy Beyond the Individual: Four Perspectives to 'Sharing'*. IN: 5TH DECENNIAL AARHUS CONFERENCE ON CRITICAL ALTERNATIVES, 2015, Denmark. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.7146/aahcc.v1i1.21300>>. Acesso em: 5 mar. 2016.

LEE, A.; COOK, P. S. "The conditions of exposure and immediacy: Internet surveillance and Generation Y". *Journal of Sociology*, v. 51, n. 3, p. 674-688, 2015.

LÜDERS, M. "Why and How Online Sociability Became Part and Parcel of Teenage Life". In: CONSALVO, M.; ESS, C. (org.). *The Handbook of Internet Studies*. Wiley-Blackwell, 2011, p. 452-469.

MARGULIS, S. T. "Conceptions of Privacy: Current Status and Next Steps". *Journal of Social Issues*, v. 33, n. 3, p. 5-21, 1977.

MARWICK, A. E.; BOYD, D. "Networked Privacy: How Teenagers Negotiate Context in Social Media". *New Media & Society*, p. 1-17, 2014.

MEAD, G. H. *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press, 1972.

NISSENBAUM, H. F. *Privacy in context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life*. Stanford: Stanford Law Books, 2010.

PETRONIO, S. S. *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. Albany: State University of New York Press, 2002.

SCHAFER, A. Privacy: "A Philosophical Overview. Aspects of Privacy Law", 1980. Reprinted in: Reader on Legal Theory, Captus University Publications, York University, Toronto, 1993.

SHKLOVSKI, I.; BARKHUUS, L.; BORNOE, N. ; KAYE, J. J. "Friendship Maintenance in the Digital Age: Applying a Relational Lens to Online Social Interaction". In: 18TH ACM CONFERENCE ON COMPUTER SUPPORTED COOPERATIVE WORK & SOCIAL COMPUTING, 2015. Disponível em: <<http://doi.acm.org/10.1145/2675133.2675294>>. Acesso em: 9 mar. 2015.

SLEEPER, M.; BALEBAKO, R.; DAS, S.; McCONAHY, A. L.; WIESE, J.; CRANOR, L. F. "The Post That Wasn't: Exploring Self-censorship on Facebook". In: 2013 CONFERENCE ON COMPUTER SUPPORTED COOPERATIVE WORK, 2013. Disponível em: <<http://doi.acm.org/10.1145/2441776.2441865>>. Acesso em: 10 mar. 2015

SOLOVE, D. J. *A Taxonomy of Privacy*. SSRN Scholarly Paper, no ID 667622. Rochester: Social Science Research Network, 2005. Disponível em: <<http://papers.ssrn.com/abstract=667622>>. Acesso em: 26 abr. 2015.

SUBRAHMANYAM, K.; ŠMAHEL, D. "Constructing Identity Online: Identity Exploration and Self-Presentation". In. *Digital Youth: The Role of Media in Development*. New York: Springer, 2011, p. 59-80.

TADDICKEN, M. "Privacy, Surveillance, and Self-Disclosure in the Social Web: Exploring the User's Perspective via Focus Groups". In. FUCHS, C.; BOERSMA, K.; ALBRECHTSLUND, A.; SANDOVAL, M. *Internet and surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*. New York: Routledge, 2012. p. 255-272.

TREPTE, S.; DIENLIN, T.; REINECKE, L. "Risky behaviors: How online experiences influence privacy behaviors". In. STARK, B.; QUIRING, O.; JACKOB, N. (org.). *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis: alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGPUK*. Konstanz: UVK, 2014, p. 225-244.

VEDDER, A. "Privacy 3.0". In. HOF, S. V. D.; GROOTHUIS, M. M. (org.). *Innovating Government: Information Technology and Law Series*. [S.l.]: T. M. C. Asser Press, 2011. p. 17-28. Disponível em: <http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-90-6704-731-9_2>. Acesso em: 16 jan. 2016.

VITAK, J. "Balancing Privacy Concerns and Impression Management Strategies on Facebook". In: SYMPOSIUM ON USABLE PRIVACY AND SECURITY, 2015, Ottawa, Canada. Disponível em: <<http://migre.me/tyDfs>>. Acesso em: 10 jan. 2016

ZIEWITZ, M. "Governing Algorithms Myth, Mess, and Methods". *Science, Technology & Human Values*, v. 41, n. 1, p. 3-16, 2016.

YOUTUBERS MIRINS: MERA EXPRESSÃO ARTÍSTICA OU TRABALHO INFANTIL?

Thaís Dantas¹ e Renato Godoy²

INTRODUÇÃO: O CRESCENTE USO DA INTERNET POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL

É sabido que o acesso e o uso da Internet no Brasil têm se tornado massivos: segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, em 2015, 48% dos brasileiros usam a Internet, sendo que 37% dessas pessoas a utilizam todos os dias. O tempo *on-line* também é considerável: os usuários das redes ficam conectados, em média, 4h59 por dia durante a semana, tempo que supera o período gasto em frente à televisão (SECOM, 2015).

Esse cenário se repete no que diz respeito a crianças e adolescentes: é crescente o uso de Internet por esse público no Brasil. Nesse sentido, dados sobre a frequência de uso da Internet são significativos. Segundo a pesquisa TIC Kids Online Brasil, a frequência de uso da rede cresce conforme avança a idade: 64% das crianças de 9 a 10 anos, 78% das crianças de 11 e 12 anos, 86% dos adolescentes de 13 a 14 anos e 87% dos adolescentes de 15 a 17 anos utilizam a Internet todos os dias ou quase todos os dias (CGI.br, 2015).

Importante ainda notar que o primeiro acesso à rede é cada vez mais precoce: 36% das crianças de 9 a 10 anos de idade declararam ter acessado a Internet pela primeira vez durante a fase da alfabetização, ou seja, por volta dos 6 e 7 anos. Trata-se de uma realidade muito distinta da vivenciada por adolescentes de 15 a 17 anos, dos quais somente 6% tiveram acesso à Internet ainda na fase de alfabetização (CGI.br, 2015).

¹ Formada em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (FD-USP), atualmente é advogada do projeto Prioridade Absoluta, do Instituto Alana, criado com o intuito de dar visibilidade e contribuir para a eficácia do artigo 227 da Constituição Federal – que traz a obrigatoriedade de se colocar as crianças em primeiro lugar nos planos e preocupações da nação. Por meio desse projeto, busca-se disponibilizar instrumentos de apoio e conteúdo para informar, sensibilizar e mobilizar as pessoas, especialmente operadores do Direito, para que sejam defensoras e promotoras dos direitos das crianças nas suas comunidades.

² Formado em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero e em Ciências Sociais pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Sociais da Universidade de São Paulo (FFLCH-USP), atualmente é pesquisador do projeto Criança e Consumo, do Instituto Alana, que tem como objetivo divulgar e debater ideias sobre as questões relacionadas aos direitos da criança no âmbito das relações de consumo e perante o consumismo ao qual são expostas, assim como apontar meios de minimizar e prevenir os prejuízos decorrentes da comunicação mercadológica voltada ao público infantil. Em 2016, o projeto completa 10 anos de existência.

Vale citar que, uma vez tendo acesso à Internet, são várias as atividades *on-line* exercidas por crianças e adolescentes: acessar redes sociais (73%), fazer pesquisa para trabalhos escolares (68%), pesquisar temas em geral (67%), conversar com amigos por meio de aplicativos de mensagens instantâneas (64%), escutar músicas (50%), assistir a vídeos (48%), baixar aplicativos gratuitos (41%), dentre outras atividades (CGI.br, 2015).

Uma categoria que vem atraindo cada vez mais crianças e adolescentes é a de vídeos, que atrai cerca de 3,1 milhões de usuários de 2 a 17 anos, número que aumentou 46% se comparado com as estatísticas de 2011 (IBOPE, 2013). Vídeos são acessados na Internet por 42% das garotas e 54% dos garotos com idade entre 9 e 17 anos, sendo que, destes, 48% acessam tal conteúdo diariamente (CGI.br, 2015).

Por fim, é importante notar que crianças e adolescentes, além de serem grandes consumidores desse material audiovisual *on-line*, também têm a capacidade de produzir conteúdo. Nesse cenário, o fenômeno dos *youtubers* mirins merece especial atenção.

O FÊNOMENO DOS YOUTUBERS MIRINS: CRIANÇAS E ADOLESCENTES COMO PRODUTORES DE CONTEÚDO

Em linhas gerais, *youtubers* mirins são crianças e adolescentes que publicam vídeos na Internet³, sobre diversos assuntos de interesse do público infanto-juvenil, sendo vistos e acompanhados por um crescente número de seguidores de todo Brasil. Em regra, detêm canais no YouTube e perfis em diferentes redes sociais. A visibilidade desses *youtubers* é tão expressiva que as dez crianças mais procuradas no YouTube chegam a ter quase 1 milhão de pessoas inscritas em seus canais, com vídeos que contam com cerca de 2 milhões de visualizações (FSP, 2015).

Ainda, pesquisa recente sobre o comportamento infantil *on-line* identificou que, entre os 100 canais mais vistos no YouTube Brasil, 36 deles abordam conteúdo direcionado ou consumido por crianças com idade entre zero e 12 anos, os quais já totalizam mais de 17 bilhões de visualizações (ESPM Media Lab, 2015).

Assim, nota-se que a adesão a vídeos *on-line* é crescente, de modo que cada vez mais crianças e adolescentes veem *youtubers* como ídolos. Em muitos casos, a referência torna-se tão forte que o público que acessa tais canais passa a querer criar o seu próprio canal, almejando com isso a mesma fama e o mesmo sucesso de que gozam aqueles que se tornaram celebridades.

Justamente por conta da enorme visibilidade que os *youtubers* mirins detêm e pelo grande poder de influência que exercem sobre o público infanto-juvenil, diversas empresas passaram a enviar seus produtos a crianças e adolescentes, para que os divulguem em seus canais, vídeos e redes sociais.

³ Vale citar que o Youtube, em seus Termos de Serviço, afirma que a plataforma não é indicada a menores de 18 anos, sendo necessário o auxílio e o intermédio dos pais ou de um adulto responsável para que crianças e adolescentes possam utilizar o *site*. Nesse sentido, vale refletir sobre a existência de tantos canais de *youtubers* mirins: os pais ou responsáveis estariam acompanhando adequadamente crianças e adolescentes, ou estes estariam ocultando sua idade?

Com isso, as empresas reproduzem com crianças e adolescentes uma estratégia já empregada com *youtubers* adultos⁴, os quais criam tendências junto a seu público.

No entanto, é preciso ter em mente que, por se tratar de crianças e adolescentes em peculiar fase de desenvolvimento, algumas limitações devem ser observadas, como será demonstrado a seguir.

YOUTUBERS MIRINS COMO PROMOTORES DE VENDA

As empresas que enviam produtos aos *youtubers* representam diversos segmentos, como vestuário, materiais escolares, alimentos, entretenimento, cosméticos, brinquedos, entre outros, o que indica que essa prática vem sendo amplamente utilizada pelos anunciantes para atrair o público infantil.

Quando se trata de vídeos que visam a divulgação de produtos, duas técnicas destacam-se: *unboxing* e *unwrapping*, que são termos em inglês para o ato de desembalar um produto. Nesse sentido:

Ela [a *prática do unboxing ou unwrapping*] traz as próprias crianças como produtoras desse conteúdo, além de consumidoras. A publicidade consiste em vídeos no YouTube em que crianças (ou mãos adultas) desembalham objetos, brinquedos em especial, com uma narração. Ao apresentar e desvendar o objeto, essa técnica tem o poder de incitar o desejo nas crianças, além de interferir no seu brincar – ditando regras e assim contribuindo para reduzir sua capacidade imaginativa. (FONTENELE, 2015).

Muitos *youtubers* mirins passaram a criar vídeos específicos para apresentar as amostras recebidas por empresas, fazendo assim episódios temáticos, geralmente intitulados “Recebidos” ou “Acumulados”, nos quais mostram e divulgam, periodicamente, todos os produtos que receberam.⁵

Outro indicativo claro sobre a conexão de *youtubers* mirins e empresas são os chamados “Encontrinhos”: encontros dos astros mirins com seu público, promovidos por empresas e que atraem milhares de crianças, em busca de autógrafos e sessões de fotos. A título de exemplo, vale citar o primeiro “Encontrinho” de *youtubers* mirins, realizado em São Paulo no início de 2015, que foi organizado pelas empresas Foroni, Long Jump e Ri Happy⁶. Desde então, aconteceram outros eventos semelhantes por todo o país. O que se verifica, portanto, é que diversos *youtubers* mirins vêm sendo utilizados como promotores de venda, na medida em que fazem publicidade dos produtos que recebem. Ao utilizar esse tipo de estratégia de

⁴ Atualmente, *youtubers* de diferentes segmentos são responsáveis pela divulgação de uma larga esfera produtos: beleza, *fitness*, *games* e moda, por exemplo.

⁵ A título de exemplo, é possível destacar a *youtuber* mirim Julia Silva, a qual mensalmente faz vídeos específicos sobre os produtos recebidos. Disponível em: <https://www.youtube.com/results?search_query=julia+silva+recebidos+do+mes>. Acesso em: 18 abr. 2016.

⁶ Evento divulgado em página no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Encontrodeyoutubersmirins/>>. Acesso em: 23 fev. 2016.

comunicação mercadológica, as empresas valem-se do enorme poder de influência dessas pequenas celebridades, que atingem um enorme e cativo público.

Outro ponto que merece atenção é a hipervulnerabilidade das crianças perante os apelos de consumo, decorrente de seu peculiar estágio de desenvolvimento infantil⁷. Nesse sentido, vale citar:

As vontades infantis costumam ser ainda passageiras e não relacionadas entre si de modo a configurarem verdadeiros objetivos. Logo, as crianças são mais suscetíveis do que os adolescentes e adultos de serem seduzidas pela perspectiva de adquirem objetos e serviços a elas apresentados pela publicidade. (LA TAILLE, 2008).

Justamente pela enorme suscetibilidade da criança à publicidade infantil, bem como pelos diversos malefícios que esta pode causar ao seu desenvolvimento, o ordenamento brasileiro veda o direcionamento de comunicação mercadológica à criança, conforme depreende-se da leitura sistemática da Constituição Federal (artigo 227), do Estatuto da Criança e do Adolescente (artigos 4º, 5º, 6º e 17), do Código de Defesa do Consumidor (artigos 36, 37 e 39) e da Resolução 163 do Conselho Nacional de Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda). Portanto, no caso do direcionamento de publicidade infantil por meio de *youtubers* mirins, a violação aos direitos da criança é clara.

Ainda assim, uma outra questão – mais nebulosa – merece ser problematizada: o impacto da produção de vídeos na rotina de crianças e adolescentes e a possibilidade de caracterização dessa atividade como trabalho infantil artístico. Como citado anteriormente, a produção e veiculação de vídeos em canais na Internet muitas vezes começam como uma brincadeira. Mas, com o tempo, essa atividade torna-se pesada na rotina da criança e do adolescente, pois lhe demanda uma agenda de compromissos, um dever de periodicidade nas publicações, uma obrigação de divulgar os produtos recebidos, entre outras responsabilidades.

Justamente por estarem em jogo a rotina dessas crianças e adolescentes, bem como o seu desenvolvimento saudável, a parte final deste artigo busca estabelecer critérios que permitam identificar em quais casos a atividade desenvolvida por *youtubers* mirins pode ser caracterizada como trabalho infantil artístico e, nesse sentido, quais limites e garantias devem ser observados para que os direitos de crianças e adolescentes sejam respeitados.

⁷ Pesquisas indicam que é somente por volta dos 8 a 10 anos que crianças conseguem diferenciar publicidade de conteúdo de entretenimento, e somente após os 12 anos é que todas as crianças conseguem entender o caráter persuasivo da publicidade e fazer uma análise crítica sobre a mensagem comercial (BJURSTRÖM, 1994).

YOUTUBERS MIRINS E TRABALHO INFANTIL ARTÍSTICO

A Constituição prevê, em seu artigo 7º, inciso 33⁸, a proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de 18 anos e de qualquer trabalho a menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos. Ainda assim, uma hipótese de trabalho infantil é autorizada pelo ordenamento jurídico brasileiro: o trabalho infantil artístico.

Tal permissão é justificada pela garantia de livre expressão artística, também assegurada constitucionalmente no artigo 5º, inciso 9º. Por esta norma, a Constituição garante a todos, sem distinção de qualquer natureza, a livre expressão de atividade intelectual, artística, científica e de comunicação.

Essa previsão, somada à Convenção nº 138 e à Recomendação nº 146 da Organização Internacional do Trabalho (OIT)¹⁰ – ratificadas pelo Brasil por meio do Decreto nº 4.134, de 2002 –, autorizam o trabalho infantil quando este tem como finalidade a participação da criança em representações artísticas, de modo a harmonizar as previsões constitucionais de vedação ao trabalho infantil e de livre manifestação artística.

Tendo em vista esse cenário legal, a análise do caso dos *youtubers* mirins deve atentar para dois pontos centrais: de um lado, o reconhecimento da produção de vídeos *on-line* como uma manifestação artística e, de outro, a possibilidade de que tal atividade seja caracterizada como trabalho. Protegida sob o manto da liberdade de expressão, a liberdade artística pode ser identificada pelas atividades de criação, produção e divulgação de manifestações e obras de arte (SILVA, 2009), não havendo assim critérios rígidos para o seu reconhecimento jurídico.

Como citado anteriormente, o interesse pelo segmento de vídeos tem crescido dentre crianças e adolescentes, que não apenas acessam tal conteúdo, como também o produzem. No âmbito desses vídeos, é comum que as crianças e adolescentes se manifestem das mais diferentes maneiras: atuando como apresentadores, cantando, fazendo piadas, cozinhando, protagonizando peças publicitárias, entre outras atividades. Assim, o entendimento é que todas essas modalidades de manifestação, bem como a mera produção de vídeos, podem ser reconhecidas como manifestação da liberdade artística das crianças e dos adolescentes que os protagonizam, especialmente diante do reconhecimento da Internet como um meio efetivo para a comunicação e manifestação de pessoas.

⁸ Artigo 7º, CF. “São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social: XXXIII – proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos”.

⁹ Art. 5º, CF. “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: IX – é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”.

¹⁰ A Convenção traz, em seu artigo 8º, a seguinte redação: “1. A autoridade competente, após consulta às organizações de empregadores e de trabalhadores concernentes, se as houver, poderá, mediante licenças concedidas em casos individuais, permitir exceções para a proibição de emprego ou trabalho provida no Art. 2º desta Convenção, para finalidades como a participação em representações artísticas. 2. Licenças dessa natureza limitarão o número de horas de duração do emprego ou trabalho e estabelecerão as condições em que é permitido”.

Ante o reconhecimento da atividade artística, é necessário então refletir sobre a possibilidade de que os vídeos produzidos pelos *youtubers* mirins sejam caracterizados como trabalho infantil.

O conceito de relação de trabalho¹¹ é bastante amplo e tem como principal pressuposto a presença da figura do trabalhador. Nesse sentido:

A relação de trabalho corresponde ao vínculo jurídico estipulado, expressa ou tacitamente, entre um trabalhador e uma pessoa física ou jurídica, que o remunera pelos serviços prestados. Ela vincula duas pessoas, sendo que o sujeito da obrigação há de ser uma pessoa física, em relação a qual o contratante tem o direito subjetivo de exigir o trabalho ajustado. (PINTO apud SÜSSEKIND, 2009).

Assim, o trabalho infantil artístico corresponde à situação em que a criança desempenha atividade artística de maneira profissional, em favor de pessoa física ou jurídica que lhe provê contrapartida financeira. Como exemplos ilustrativos, podemos citar as atividades profissionais de atuação, canto, espetáculos circenses, dentre tantos outros.

Vale ainda destacar que não é necessária a existência de um contrato para que a relação de trabalho seja reconhecida, tendo em vista que no direito do trabalho vige o princípio da primazia da realidade, pelo qual a situação fática sobrepõe-se às formalidades. Nesse sentido, tal princípio:

Presta-se aos casos de desajuste entre a realidade e as formas, as formalidades ou as aparências: 'em matéria de trabalho importa o que ocorre na prática, mais do que aquilo que as partes hajam pactuado de forma mais ou menos solene, ou expressa, ou aquilo que conste em documentos, formulários e instrumentos de controle'. Ou seja: os fatos primam sobre as formas. (RODRIGUEZ apud FELICIANO, 2006).

Assim, tem-se que os vídeos produzidos pelos *youtubers* mirins, independentemente da existência de contrato, podem vir a ser caracterizados como atividades ocorridas no âmbito de uma relação de trabalho, sempre que a criança ou o adolescente faça publicidade de determinado produto ou marca em seus vídeos, a pedido da empresa, caso em que estará atuando como promotor de vendas.

Pelos casos trazidos no presente artigo, entende-se que existem indícios que podem indicar a existência de relação de trabalho no caso de *youtubers* mirins, tendo em vista que determinadas empresas enviam produtos para crianças e adolescentes, a fim de que os divulguem em seus canais, bem como promovem e patrocinam encontros das celebridades e seu público. Assim, entende-se que tais casos devem ser apurados e, sendo reconhecida a existência de trabalho infantil, devem ser observados os limites e garantias vigentes, como a autorização judicial prévia e a fixação de condições para o exercício do trabalho. Nesse sentido, é importante mencionar que:

¹¹ Vale destacar que a relação de trabalho é um gênero, o qual não se confunde com a relação de emprego, que é uma espécie. Para que a relação de emprego esteja configurada, nos termos da Consolidação de Leis do Trabalho (CLT), cinco requisitos devem ser observados, a saber: (i) a atividade deve ser desempenhada por pessoa física, (ii) com personalidade, (iii) havendo subordinação ao empregador, (iv) com atividades realizadas de maneira não eventual, e (v) pela qual deve se receber remuneração.

Torna-se oportuno registrar que o alvará deverá levar em conta a peculiaridade de cada trabalho a ser realizado adequando-o ao cotidiano dos jovens atores, a fim de não prejudicá-los em seu desenvolvimento. Não podemos deixar de lembrar a especial condição de pessoas em desenvolvimento que demanda uma análise particularizada de cada caso. Caberá, portanto, uma limitação da quantidade de dias e horas de gravação que, caso não respeitada, gerará sanções para o contratante. (MACIEL, 2015).

Vale destacar que a observância de tais requisitos é fundamental, para que o trabalho não represente uma violação aos direitos da criança e do adolescente, nem possa gerar risco ao seu desenvolvimento.

CONCLUSÕES

O presente artigo teve como ponto de partida o interesse crescente de crianças e adolescentes pelo segmento de vídeos *on-line* – contexto em que despontam os *youtubers* mirins.

Posteriormente, buscou-se expor a regulação jurídica do trabalho infantil e, a partir disso, problematizar a atividade dos *youtubers* mirins, refletindo sobre a possibilidade de haver uma relação de trabalho com as empresas anunciantes. Nesse sentido, a conclusão é de que tais casos devem ser apurados, de modo a garantir que os direitos de crianças e adolescentes sejam respeitados.

Isto posto, é preciso ter em mente que o trabalho infantil é proibido como regra geral, sendo o trabalho infantil artístico uma exceção. Assim, toda e qualquer hipótese de trabalho artístico de crianças e adolescentes exige prévia autorização judicial, a qual deve considerar a peculiaridade do trabalho e seu impacto na rotina desses indivíduos, fixando critérios como dias trabalhados, limitação horária, acompanhamento de profissionais, dentre outros, de modo a assegurar o melhor interesse da criança e do adolescente. O desrespeito a tais pressupostos e garantias pode levar a danos indelévels ao desenvolvimento infantil. Nesse sentido:

A exploração do trabalho infantil foi proibida porque se verificou que o trabalho precoce põe em risco a educação e compromete todo o desenvolvimento físico e psicológico de uma criança. Isso ocorre devido à competição que se estabelece entre as atividades de trabalho e as atividades escolares, de esporte e lazer, essenciais para a saudável formação do indivíduo (diminuição do tempo disponível para brincar, conviver com familiares e comunidade, impossibilidade da criança ou adolescente se dedicar adequadamente às atividades educativas dentro e fora do horário escolar). As pesquisas também identificaram danos potenciais: prejuízos ao desenvolvimento biopsicossocial, atraso ou mesmo abandono escolar, impossibilidade de dedicação às atividades extracurriculares, possibilidade de ocasionar transtornos de sono, maior risco de doenças ocupacionais e acidentes. (CAVALCANTE, 2013).

Vale lembrar que crianças e adolescentes são, constitucionalmente, a prioridade absoluta da nação, nos termos do Artigo 227¹², o qual garante que seus direitos sejam assegurados de maneira prioritária, sendo esta uma responsabilidade compartilhada do Estado, da família e sociedade.

Nesse contexto, é inaceitável que crianças e adolescentes possam ter sua mão de obra explorada de maneira contrária à legislação vigente, sendo fundamental que casos nebulosos, como é o dos *youtubers* mirins que protagonizam publicidade em seus vídeos, sejam esclarecidos e respeitem os limites legais. Por fim, é necessário ter em mente os benefícios e os riscos da interação da criança e do adolescente com a Internet, de modo a traçar estratégias capazes de garantir que o acesso às mídias digitais seja educativo e seguro e, mais do que isso, um meio para a promoção de direitos – e não um ambiente de violação.

REFERÊNCIAS

CAVALCANTE, S. R. *Trabalho Infantil Artístico: Conveniência, Legalidade e Limites*. Brasília: Revista do Tribunal Superior do Trabalho, 2013. Disponível em: <http://aplicacao.tst.jus.br/dspace/bitstream/handle/1939/38639/014_cavalcante.pdf?sequence=1>. Acesso em: 11 abr. 2016.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014. Disponível em: <<http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2016.

———. *Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014. Disponível em: <http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2016.

ESCOLA DE PROPAGANDA DE SÃO PAULO – ESPM. *Famílias e Tecnologia*. ESPM Media Lab. Luciana Corrêa. São Paulo: ESPM 2015. Disponível em: <<http://pesquisamedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/>>. Acesso em: 19 mar. 2016.

FELICIANO, G. G. *Dos princípios do direito do trabalho no mundo contemporâneo*. São Paulo: Revista do Tribunal Regional do Trabalho da 15ª região, 2006.

FOLHA DE S. PAULO – FSP. *10 ‘youtubers mirins’ que você precisa conhecer*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/asmais/2015/08/1662956-10-youtubers-mirins-que-voce-precisa-conhecer.shtml>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

FONTENELLE, L. *A onipresente publicidade infantil na internet*. Disponível em: <<http://outraspalavras.net/brasil/a-onipresente-publicidade-infantil-na-internet/>>. Acesso em: 8 mar. 2016.

¹² Art. 227, CF. “É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão”.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA – IBOPE. *Crianças e jovens estimulam aumento do consumo de vídeos online no Brasil*. Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/criancas-e-jovens-estimulam-aumento-do-consumo-de-videos-online-no-brasil/co.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

LA TAILLE, Y. *Contribuição da Psicologia para o fim da publicidade dirigida à criança*. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2015, p. 20. Disponível em: <http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/10/cartilha_publicidade_infantil.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2016.

MACIEL, K. R. F. L. A. *Curso de Direito da Criança e do Adolescente - Aspectos Teóricos e Práticos*. São Paulo: Editora Saraiva, 2015.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA – SECOM. *Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 08 jan. 2016.

SILVA, J. A. N. “A Liberdade de Expressão Artística”. São Paulo: ANAIS DO XVIII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI, 2009. p. 3195. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/sao_paulo/2281.pdf>. Acesso em: 18. abr. 2016.

SÜSSEKIND, A. *Da relação de trabalho*. Rio de Janeiro: Revista do TRT/EMATRA, 2009, p. 1. Disponível em: <http://portal2.trtrio.gov.br:7777/pls/portal/docs/PAGE/GRPPORTALTRT/PAGINAPRINCIPAL/JURISPRUDENCIA_NOVA/REVISTAS%20TRT-RJ/REVISTA%20DO%20TRT-ESCOLA%20JUDICIAL%20N%2046/DA%20RELA%C3%87%C3%83O%20DE%20TRABALHO.PDF>. Acesso em: 15 abr. 2016.

“PESSOAS QUE SÓ USAM INTERNET PARA XINGAR OUTRAS PESSOAS”: INCÔMODO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES BRASILEIROS NA INTERNET

Jéssica Castro¹, Zena Eisenberg², Rosalia Duarte³ e Cristina Carvalho⁴

INTRODUÇÃO

O acesso às tecnologias de informação e comunicação (TIC) se expandiu tanto no Brasil quanto no mundo nas últimas duas décadas. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios (CGI.br, 2015), em 2014, 92% dos lares brasileiros tinham pelo menos um telefone celular e cerca de 50% dos domicílios possuíam computadores. A Internet medeia a comunicação e, conseqüentemente, as relações sociais, configurando-se cada vez mais como essencial às atividades econômicas, políticas, culturais e educacionais.

Nesse contexto, crianças e adolescentes se beneficiam cada vez mais das oportunidades que o acesso à rede de computadores oferece, mas vivem também experiências desagradáveis, que provocam desconforto e mal-estar. Estas configuram o tema central da pesquisa que subsidia este artigo. Debruçamo-nos sobre os dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012 (CGI.br, 2013) – o primeiro ano da série histórica –, buscando compreender o que incomoda ou chateia os usuários mais jovens da Internet, a partir da análise das respostas dadas por eles à questão aberta “O que incomodaria ou chatearia crianças de sua idade na Internet?”. Optamos por trabalhar com a base de 2012 porque pretendemos realizar um estudo longitudinal, comparando resultados dos diferentes anos da série histórica para identificar continuidades e/ou mudanças na percepção de risco desses usuários e associando-os a fatores que possam influenciá-la. Este texto apresenta alguns resultados de nossas análises.

¹ Mestre em Educação pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-Rio), participante do Grupo de Pesquisa Desenvolvimento Humano e Educação (Grudhe) da PUC-Rio.

² Doutora em Psicologia do Desenvolvimento Humano pela City University of New York (2006). Professora no Departamento de Educação da PUC-Rio, onde coordena o Grudhe. Tem experiência nas áreas de Psicologia e Educação, com interesse especial pelo desenvolvimento do pensamento e da linguagem.

³ Doutora em Educação pela PUC-Rio (2000). Professora no Departamento de Educação da PUC-Rio, onde coordena o Grupo de Pesquisa Educação e Mídia (GPEM). Pesquisa na área de educação e mídia, atuando principalmente nos seguintes temas: cinema, mídias digitais, televisão, criança e mídia, juventude e mídia e cultura audiovisual.

⁴ Doutora em Educação pela PUC-Rio (2005). Professora no Departamento de Educação da PUC-Rio, onde coordena o Grupo de Pesquisa em Educação, Museu, Cultura e Infância (GPEMCI). Pesquisa na área de educação, com ênfase em educação não formal, museus, cultura, educação infantil e formação de professores.

METODOLOGIA

Um total de 1.580 crianças e adolescentes de 9 a 16 anos responderam à questão aberta do questionário. Essas respostas foram isoladas das demais questões fechadas, inseridas no *software* ATLAS.ti⁵ e submetidas à análise de conteúdo (BARDIN, 2011; FRANCO, 2008). Em uma primeira etapa, buscamos estabelecer um consenso acerca dos conteúdos identificados em cada resposta e criamos 62 códigos analítico-descritivos para categorizar o que incomoda ou chateia crianças e adolescentes de 9 a 16 anos usuárias de Internet.

Procuramos estabelecer um protocolo de padronização da codificação. Concluída a análise em equipe de um terço das respostas, criamos um manual de códigos, que serviu de base para que os pesquisadores pudessem fazer suas codificações mantendo um padrão. Na etapa seguinte, a equipe agrupou os códigos em seis famílias⁶ de códigos excludentes e elas foram atribuídas às respostas, seguindo o critério de escolha sobre qual família representaria melhor aquela resposta. Cada resposta poderia ter mais de um código.

Optamos por adotar as famílias que Livingstone et al. (2014) utilizaram em suas análises, possibilitando assim o diálogo entre nossos resultados. Além dessas famílias, foram utilizados os códigos e famílias que já havíamos criado anteriormente. As famílias de códigos podem ser classificadas em:

- 1) *Risco de conteúdo*⁷ – composto por códigos que descrevem conteúdos impactantes para os participantes;
- 2) *Risco de conduta*⁸ – composto por códigos que configuram desrespeito ou inadequação;
- 3) *Percepção de sexo* – percepção de conteúdo sexual (por exemplo, mulher nua, nudez);
- 4) *Risco tecnológico* – códigos que indicam incômodo com uso inadequado da tecnologia;
- 5) *Risco de contato*⁹ – queixas de pessoas desconhecidas que insistem em fazer contato ou que assediam;
- 6) *Percepção de conteúdo violento* – cenas, textos ou vídeos com violência.

⁵ Atlas.ti é um *software* de análise qualitativa da Scientific Software Development. Usamos a versão 6.2 nas análises.

⁶ Adotamos o termo “família”, pois é a nomenclatura usada pelo Atlas.ti. Famílias são categorias de agrupamento de códigos semelhantes ou de mesma natureza, por exemplo, a família percepção de violência inclui códigos como agressão física, assassinato, morte, entre outros.

⁷ Livingstone et al, 2014.

⁸ Livingstone et al, 2014.

⁹ Livingstone et al, 2014.

A Tabela 1 apresenta a distribuição das famílias de código utilizadas na presente análise.

TABELA 1
DISTRIBUIÇÃO DOS CÓDIGOS NAS FAMÍLIAS¹⁰

Nº de códigos	Risco de conteúdo	Risco de conduta	Percepção de conteúdo sexual	Risco tecnológico	Risco de contato	Percepções de conteúdo violento
1	Aborto	Abuso em rede social	Homossexualidade	Falta de segurança	Abuso sexual	Agressão física
2	Acidentes	Agressão verbal	Imoralidade	Compartilhar o computador	Amigo desconhecido	Assassinato
3	Armas	Ameaças	Nudez	Ficar <i>off-line</i>	Assédio	Machucar
4	Cenas fortes	Apelidos	Pornografia	Problemas técnicos	<i>Fake</i> maldoso	Maldade com os animais
5	Drogas	Briga	Prostituição	<i>Spam</i>	Pedofilia	Maus tratos
6	Exorcismo	Briga na família	Sexo	Vírus		Morte
7	Inadequado	<i>Bullying</i>				Sangue
8	Jogos de assustar	Chantagem				Terrorismo
9	Medo	Desrespeito				Violência
10	Notícias ruins	Exposição				Violência contra os menores
11	Preconceito	Fofoca				
12	Propagandas	<i>Hackers</i>				
13	Sacrifício	Informação falsa				
14	Sequestro	Invasão de privacidade				
15	Suicídio	Palavrão				
16	Terror	Perda de perfil social				
17		Perder arquivos pessoais				
18		Pornografia infantil				
19		Xingar a mãe				

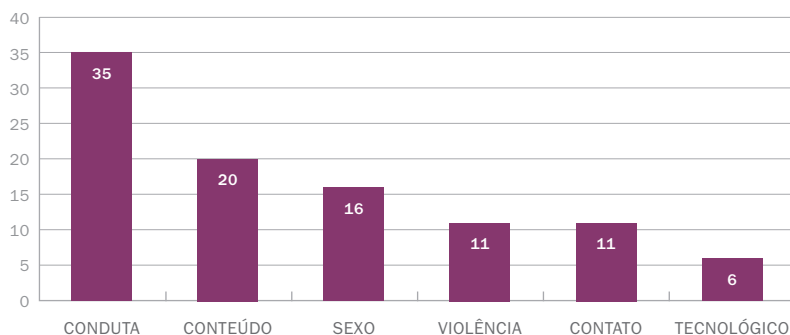
¹⁰ Exemplos dos códigos que serão discutidos no texto encontram-se na seção “Anexo”.

RESULTADOS

Das 1.580 crianças que participaram da pesquisa, 12% responderam “nada” ou “coisa nenhuma” e 20% não responderam. Assim, 1.071 (68%) respostas foram consideradas válidas.

O Gráfico 1 apresenta a distribuição das respostas por família, indicando que o que mais incomoda é a conduta das pessoas, ou seja, a forma como os usuários da rede se comportam *on-line*. Em segundo lugar, aparece risco de conteúdo e a família menos presente foi risco tecnológico, o que pode sugerir uma baixa percepção de um risco cada vez mais presente na navegação *on-line*.

GRÁFICO 1
DISTRIBUIÇÃO DAS RESPOSTAS, POR FAMÍLIA (%)



A Tabela 2 mostra os cinco códigos mais frequentes nas respostas: o mais citado foi pornografia, seguido de agressão verbal.

TABELA 2
CINCO CÓDIGOS MAIS PRESENTES

Códigos	N	%
Pornografia	181	10%
Agressão verbal	161	9%
Inadequado	124	7%
Violência	107	6%
Amigo desconhecido	100	5%

N=1.873

RISCO DE CONDUTA

A Tabela 3 mostra que, dentro da família risco de conduta, que congrega o maior número de respostas categorizadas, a agressão verbal é o código mais citado, seguido de invasão de privacidade.

TABELA 3
CÓDIGOS MAIS PRESENTES NA FAMÍLIA - RISCO DE CONDUTA

Família - Risco de Conduta	N	%
Agressão verbal	161	26%
Invasão de privacidade	75	12%

N= 611

RISCO DE CONTEÚDO

Dentro da família risco de conteúdo, os mais citados foram inadequado (30% do total de respostas dentro dessa família) e terror (22%), que, juntos, equivalem a mais de 50% dos códigos distribuídos nessa família.

Em relação ao “risco de conteúdo”, percebemos a presença de um discurso recorrente nos debates sobre a relação de crianças e adolescentes com a mídia: inadequado (coisas que não são permitidas para sua idade) é o conteúdo que mais os incomoda. Há dez anos a Coordenação de Classificação Indicativa do Departamento de Políticas de Justiça do Ministério da Justiça apresenta a indicação de programas de televisão, filmes, jogos, espetáculos, etc. Certamente, crianças e adolescentes têm contato com os ícones dessa classificação, obrigatórios na abertura dos programas de televisão, e este é, provavelmente, um tema presente na mediação parental.

Entre os temas citados, pornografia é a preocupação mais frequente. Isso pode estar associado ao grande volume de materiais pornográficos disponíveis na rede. No entanto, cabe assinalar que a preocupação com o tema prevalece tanto nos debates públicos sobre o acesso de crianças e adolescentes à Internet quanto nas discussões domésticas, e que permite supor que as respostas associadas ao tema podem estar reproduzindo um discurso adulto sobre os riscos da Internet.

PERCEPÇÃO DE CONTEÚDO SEXUAL

Na família percepção de sexo, a resposta mais frequente é pornografia, correspondendo a 59% dos códigos dessa família – mais do dobro do segundo código mais utilizado, sexo, com 23%.

PERCEPÇÃO DE CONTEÚDO VIOLENTO

Na família conteúdo violento, respostas codificadas como violência correspondem a 46% das codificações, seguidas de morte, com menos da metade (22%).

RISCO DE CONTATO

Na família risco de contato, 46% das respostas estavam associadas a amigo desconhecido, indicando que o contato com estranhos incomoda as crianças pesquisadas, seguido de assédio, com 21% das codificações.

RISCO TECNOLÓGICO

Na família risco tecnológico, encontramos que vírus é o que mais incomoda os respondentes, pois 57% das respostas da família estão associadas a esse código. Em seguida, aparece “problemas técnicos”, com 19% das respostas da família.

FAMÍLIAS DE CÓDIGOS: TIC KIDS ONLINE BRASIL E EU KIDS ONLINE

Os resultados das análises que Livingstone et al (2014) obtiveram das respostas de 25.142 crianças, que participaram do projeto EU Kids Online, indicam que mais da metade (55%) dos riscos mencionados pelas crianças europeias estão relacionados a conteúdo, 19% a conduta, 14% a contato e 11% a outros riscos. Dentro do risco de conteúdo também prevalece a preocupação com a pornografia (21%), seguida de violência (18%).

DIFERENÇAS DE IDADE

A idade é uma variável importante quando se analisa a relação de crianças e adolescentes com a Internet. O levantamento das respostas recorrentes por faixa etária permite notar que, embora os temas não variem muito entre as diferentes faixas etárias, há diferenças na prevalência dos temas, como indicado no Tabela 4.

Pornografia, por exemplo, é mais prevalente entre os mais velhos. Agressão verbal é mais importante entre os mais novos, mas permanece entre os temas mais citados entre os mais velhos. Os mais velhos talvez se preocupem mais com a presença de conteúdos pornográficos porque têm mais acesso a eles.

TABELA 4
PREVALÊNCIA DOS CÓDIGOS, POR IDADE

	1º lugar	2º lugar	3º lugar	4º lugar	5º lugar
9 anos	Agressão verbal	Terror	Violência	Pornografia	Briga
10 anos	Terror	Inadequado	Pornografia	Agressão verbal	Violência
11 anos	Agressão verbal	Terror	Pornografia	Morte	Amigo desconhecido
12 anos	Agressão verbal	Pornografia	Amigo desconhecido	Inadequado	Terror
13 anos	Pornografia	Agressão verbal	Amigo desconhecido	Inadequado	Bullying
14 anos	Pornografia	Inadequado	Agressão verbal	Violência	Invasão de privacidade
15 anos	Pornografia	Agressão verbal	Inadequado	Violência	Hackers
16 anos	Pornografia	Agressão verbal	Invasão de privacidade	Sexo	Violência

Entre os mais novos, de 9 a 12 anos, o terror e coisas que os assustam estão entre os principais incômodos. Esse resultado vai ao encontro dos dados obtidos por Livingstone et al (2014) e Santos (2011), que também identificaram que as crianças mais novas têm medo de coisas assustadoras.

DIFERENÇAS DE GÊNERO

MENINOS

A Tabela 5 mostra os códigos mais prevalentes entre os meninos.

TABELA 5
DISTRIBUIÇÃO DOS TRÊS PRINCIPAIS CÓDIGOS CITADOS POR MENINOS, POR FAIXA ETÁRIA

Meninos	1º lugar	2º lugar	3º lugar
9 anos	Terror	Pornografia	Briga
10 anos	Terror	Briga	Violência
11 anos	Agressão verbal	Morte	Terror
12 anos	Pornografia	Agressão verbal	Terror
13 anos	Pornografia	Agressão verbal	Amigo desconhecido
14 anos	Agressão verbal	Pornografia	Violência
15 anos	Pornografia	Inadequado	Violência
16 anos	Pornografia	Invasão de privacidade	Violência

Os meninos de até 12 anos demonstram preocupação com terror e briga. Depois, pornografia prevalece sobre agressão verbal e violência, entre os principais incômodos (exceto entre

os meninos de 14 anos). Se considerarmos a proximidade entre esses dois temas, podemos inferir que os meninos podem estar convivendo com carga significativa de comportamentos e conteúdos violentos em sua navegação na rede. O fato de a preocupação com invasão de privacidade aparecer pela primeira vez entre os temas mais citados somente aos 16 anos sugere que os mais novos talvez estejam menos preparados para perceber um problema bastante grave e recorrente na navegação *on-line*.

MENINAS

Ao analisarmos a progressão dos temas de acordo com a idade para as meninas (Tabela 6), percebemos que predominam três temas: agressão verbal, inadequado e pornografia. Conteúdo inadequado para a idade é uma preocupação apenas para os meninos de 15 anos, mas relevante também para meninas entre os 10 e 15 anos. Isso sugere que talvez o discurso moral incida mais significativamente sobre elas do que sobre eles. Em todas as idades (com exceção das meninas com 13 anos), agressão verbal aparece entre os três principais incômodos que afetam as meninas.

Entre 10 e 11 anos pornografia aparece entre os principais incômodos, passando a figurar como o mais citado por meninas a partir dos 14 anos. Entre 12 e 13 anos, elas citam amigo desconhecido que, em nossa codificação, se refere ao incômodo com pessoas estranhas que assediam pelas redes sociais. Esse tema também incomoda a meninos de 13 anos.

TABELA 6
DISTRIBUIÇÃO DOS TRÊS PRINCIPAIS CÓDIGOS CITADOS POR MENINAS, POR FAIXA ETÁRIA

Meninas	1º lugar	2º lugar	3º lugar
9 anos	Agressão verbal	Violência	Terror
10 anos	Inadequado	Agressão verbal	Pornografia
11 anos	Agressão verbal	Pornografia	Inadequado
12 anos	Agressão verbal	Inadequado	Amigo desconhecido
13 anos	Amigo desconhecido	Inadequado	Pornografia
14 anos	Pornografia	Inadequado	Agressão verbal
15 anos	Pornografia	Agressão verbal	Inadequado
16 anos	Pornografia	Agressão verbal	Amigo desconhecido

Livingstone et al (2014) também identificaram diferenças de gênero nas respostas: meninos se preocuparam mais com conteúdo violento (21%) do que as meninas (16%), e elas mais com risco de conduta (20%) e de contato (17%) do que os meninos (18% e 10%, respectivamente).

As autoras também encontraram diferenças entre as idades: os mais novos se preocupam mais com risco de conteúdo e outros riscos, enquanto os mais velhos estão mais preocupados com risco de conduta e de contato.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O grande número de meninos e meninas que citam agressão verbal, juntamente a outros comportamentos agressivos, como abuso em rede social, ameaças, apelidos, brigas, *bullying*, desrespeito, exposição, invasão de privacidade, palavrão, como o que incomoda pessoas da sua idade na Internet faz do risco de conduta o mais prevalente entre os entrevistados na pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012.

A Internet passou a ser um ambiente onde se supõe que tudo é permitido, o que pode estar associado a uma falsa ideia de que o que é válido para o mundo *off-line* não se aplica ao mundo *on-line* e que ali pode-se ter atitudes que não seriam aceitáveis na relação face-a-face. Pelas respostas coletadas na pesquisa, supomos que crianças e adolescentes estejam com dificuldade de lidar com situações desse tipo.

Esse nos parece um problema a ser enfrentado pelos formuladores de políticas públicas para o setor e pelos mediadores da relação de crianças e adolescentes com a Internet (pais, professores, pares e adultos familiarizados com o uso da rede). É preocupante a fala de que comportamentos agressivos, invasivos e desrespeitosos são recorrentes e que isso é o que mais fere e incomoda os mais jovens, sobretudo no contexto de mensagens altamente violentas, desrespeitosas e preconceituosas que estamos presenciando nas redes sociais. Discutir o caráter público da comunicação *on-line* e as regras que devem norteá-la nos parece fundamental nesse momento.

As instituições sociais – família e escola principalmente – possuem papel importante nesse debate, pois é necessário levar crianças e adolescentes a refletirem sobre a possibilidade de reproduzirem, sem se dar conta, o comportamento que eles mesmos criticam. Garcez (2014) alerta para certa desresponsabilização quanto a isso por parte dessas instituições, em especial quando se trata de questões ligadas ao *ciberbullying*. Esse “jogo de empurra” pode levar à manutenção dos problemas apontados pelas crianças e adolescentes, com graves prejuízos à saúde emocional deles.

Violência e percepção de sexo são riscos também bastante mencionados. Nesse âmbito, as principais queixas são em relação a imagens de violência, especialmente assassinatos e abuso físico, e à pornografia. Do nosso ponto de vista, o tema da violência exige maior atenção. Sua forte presença na rede, associada ao problema das agressões verbais *on-line*, pode configurar um ambiente de naturalização de comportamentos antissociais. Muitas respostas que citam a pornografia o fazem por um viés moral, mencionando este como um conteúdo proibido para menores, o que parece repercutir um problema considerado sério pelos adultos. Mas a pornografia pode ser efetivamente algo que os incomoda, seja por sua presença abundante seja por ser um conteúdo que, muitas vezes, invade a tela, sem autorização do usuário (através, por exemplo, de *pop-ups*). Cabe admitir que a pornografia está na rede, nas mídias de massa e no cotidiano da sociedade e talvez seja mais eficaz conversar com crianças e adolescentes sobre essa temática do que apresentá-la como conteúdo inadequado, ofensivo e proibido.

ANEXO

EXEMPLOS DOS CÓDIGOS DISCUTIDOS NOS RESULTADOS

Agressão verbal

Não gosto de quando as pessoas falam mal do meu time e da minha família.
(Menino, 11 anos)

Amigo desconhecido

Pessoas que não conheço venha falar coisas que não deve. Pessoas com perfil fakes, ou que não mostre o que realmente é. Convites de amizades de pessoas que não seja do meu estado. (Menina, 14 anos)

Assédio

Pessoas que insistem em conversar conosco. (Menino, 16 anos)

Pornografia

Vídeo pornô. (Menino, 15 anos)

Sexo

Passar fotos de sexo nítidas que eu acho ruim ver isso. (Menino, 16 anos)

Vírus

Links com vírus, que podem estragar o computador. (Menino, 9 anos)

Morte

Casos de morte e acidentes. (Menino, 15 anos)

Inadequado

Os vídeos que são inadequados para menores. (Menina, 12 anos)

Violência

Comidas de violência, pessoas matando outras pessoas, de tiro, facão, pauladas, etc. Pessoas querendo se suicidar. Violência infantil. (Menino, 11 anos)

Invasão de privacidade

Vídeos meus colocados em sites sem a minha autorização. (Menino, 16 anos)

Terror

Um vídeo assustador. (Menina, 9 anos)

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2012*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2013. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

_____. *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros – TIC Domicílios 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGO.br, 2015. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2016.

FRANCO, M. L. P. *Análise de conteúdo*. Brasília: Liber Livro, 2008.

GARCEZ, A. M. *Representações Sociais do Cyberbullying na Mídia e na Escola*. 2014. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014. .

LIVINGSTONE, S.; KIRWIL, L.; PONTE, C.; STAKSRUD, E. "In their own words: What bothers children online?". *European Journal of Communication*, v. 29, n. 3, p. 271-288, 2014.

SANTOS, H. C. M. *Prevenir contra o lobo mau ou despertar a bela adormecida?*. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação e Documentação) – Universidade Católica Portuguesa, Portugal, 2011. Disponível em: <http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/9477/1/tese_herminia_9_outubro_2011.pdf>Acesso em: 15 ago. 2015.

CRIANÇAS, ADOLESCENTES E O USO INTENSIVO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: DESAFIOS PARA A SAÚDE

Evelyn Eisenstein¹ e Eduardo Jorge Custódio da Silva²

INTRODUÇÃO

As evidências de uso crescente e cada vez mais precoce das tecnologias de informação e comunicação (TIC) por crianças e adolescentes (CGI.br, 2015a) preocupam profissionais de saúde e de outras áreas, como educação e direitos, sobretudo no que diz respeito ao impacto e às repercussões que este uso pode provocar em aspectos biológicos, psicológicos e comportamentais durante o período de crescimento e desenvolvimento, além do risco de desenvolvimento de doenças durante a vida adulta.

A pesquisa TIC Domicílios 2014, realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) entre outubro de 2014 e março de 2015, apontou que 77% da população brasileira entre 10 e 17 anos era usuária de Internet (CGI.br, 2015b). A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014, por sua vez, apontou que, entre os usuários de Internet com idades entre 9 e 17 anos, 82% acessavam a rede por meio de um telefone celular e 32% por meio de *tablets*. Além disso, outros 79% possuíam perfil próprio em ao menos uma rede social (CGI.br, 2015a).

Neste contexto, embora a Academia Americana de Pediatria (American Academy of Pediatrics, em inglês) desencoraje a exposição de crianças com menos de dois anos à televisão ou a vídeos gravados, estudos revelam que, nos Estados Unidos, 75% das crianças com menos de um ano têm contato por, em média, 1 hora e 54 minutos com conteúdos audiovisuais em um dia típico (BROWN, 2011). Crianças com menos de três anos já assistem a desenhos animados em dispositivos móveis, manipulando *tablets* ou *smartphones* com movimentos interativos à procura de suas personagens favoritas (O'KEEFE, 2011; PALFREY; GASSER, 2008).

¹ Médica, Professora Associada de Pediatria e Clínica de Adolescentes e coordenadora de Telemedicina da Faculdade de Ciências Médicas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCM-UERJ). Também coordena o Projeto da Rede ESSE Mundo Digital, por meio do Centro de Estudos Integrados, Infância, Adolescência e Saúde.

² Médico, neuropediatra e neurofisiologista, diretor da Metaclínica e Neurologistas Associados (Rio de Janeiro) e coordenador do Projeto da Rede ESSE Mundo Digital, por meio do Centro de Estudos Integrados, Infância, Adolescência e Saúde.

À medida que aplicativos e outras plataformas se tornam cada vez mais simplificados e acessíveis, surge na literatura científica uma demanda concreta por pesquisas que abordem os desafios do uso intensivo de mídias digitais para a saúde de crianças e adolescentes, entre eles, o impacto no processo de crescimento, desenvolvimento e maturação cerebral e mental, o desenvolvimento de hábitos de vida saudáveis ou potencialmente danosos, e suas influências sobre o comportamento social de adultos.

Os aspectos de saúde acima mencionados podem ser divididos de acordo com as seguintes áreas:

1) CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO CORPORAL

O crescimento pode ser definido como um processo que perpassa a produção de neurotransmissores e hormônios dos circuitos cerebrais-corporais de uma criança ou um adolescente. Neste processo essencial, fatores como o sono, a alimentação e a prática de exercícios físicos são determinantes. Estes são os principais estímulos – juntamente com afeto e atenção positiva – para a construção da personalidade de indivíduos, bem como seu desenvolvimento mental, emocional e cognitivo. Condições favoráveis de nutrição, estímulos afetivos de atenção e proteção parental e social possibilitam o desenvolvimento das potencialidades de saúde da pessoa. Da mesma maneira, problemas nutricionais ou emocionais causados por epidemias, guerras e conflitos, ciclos de pobreza e violência, urbanização, globalização e industrialização, incluindo o uso de tecnologias de informação e comunicação, podem contribuir – de forma positiva ou negativa – como determinantes sociais de saúde ou do desenvolvimento de doenças (ULIJASZEK et al, 1998; OMS, 2011; EISENSTEIN, 2013; DSS, 2016).

As mídias sociais, por meio de computadores, telefones celulares, *tablets* e outros equipamentos de tecnologia digital, podem influenciar estereótipos de comportamento e o desenvolvimento de hábitos e práticas de crianças e adolescentes. Há evidências na literatura científica de que hábitos alimentares pouco saudáveis, obesidade, sedentarismo, tendência a comportamentos violentos ou agressivos, tabagismo, uso ou abuso de bebidas alcóolicas, entre outras substâncias entorpecentes, desenvolvimento de depressão, transtornos da imagem corporal, do sono, hiperatividade e transtornos de conduta social e sexual estão associados à idade de início e ao tempo de uso de mídias digitais, bem como a mensagens transmitidas por meio de mídias sociais. Embora não possam ser apontadas como único fator causal, as mídias sociais e digitais exercem uma contribuição substancial em todos estes comportamentos de risco (STRASBURGER et al, 2012). Transtornos de sono e dificuldade de dormir, por exemplo, estão entre as queixas mais frequentes de pais e tutores legais: em uma revisão de literatura sobre 31 pesquisas realizadas envolvendo crianças e adolescentes, identificou-se uma associação direta entre este tipo de transtorno e o uso de computadores (94%) ou de videogames (84%) (HALE; GUAM, 2015). Transtornos do sono também podem estar associados às causas comuns da queda do rendimento escolar, como cansaço, transtornos de atenção, concentração e memória, depressão, além de queixas frequentes de cefaleia e sensação de tontura (DWORAK et al, 2007). Um estudo realizado em escolas selecionadas de 11 países europeus com 11.931 adolescentes com a média de idade de 14,89 anos demonstrou que o uso intensivo ou excessivo da Internet estava associado a hábitos pouco saudáveis de sono e de alimentação, ao

sedentarismo, tabagismo e aos múltiplos comportamentos de risco em 89% dos entrevistados (DURKEE et al, 2016).

Nesse sentido, é natural que os estágios do crescimento cerebral e da reorganização cortical se sobreponham aos ganhos do desenvolvimento corporal e das funções cognitivas e emocionais. Ao mesmo tempo, há uma correspondência na progressão das habilidades que crianças e adolescentes adquirem ao longo do crescimento corporal até a maturação gradual e final – que ocorre em torno dos 25 anos de idade – do córtex pré-frontal (da cognição), do sistema límbico (das emoções) e da região hipotalâmica (da produção hormonal). Portanto, é necessário estabelecer um equilíbrio entre o tempo dedicado a atividades *on-line* e outras atividades, como os exercícios físicos, a alimentação e o padrão do sono, a fim de se interromper ciclos viciosos de liberação de cortisol e dopamina, principais fatores relacionados a doenças com um componente tecnológico entre crianças e adolescentes (GIEDD, 2008; SILVA; TING, 2013).

2) SAÚDE MENTAL E COMPORTAMENTAL

Danos psicológicos associados à exposição excessiva a programas de televisão ou filmes com conteúdos violentos e ao uso excessivo de videogames ou outros jogos eletrônicos, bem como seu impacto em habilidades cognitivas, funções executivas, no desenvolvimento da linguagem, na capacidade de concentração e memorização; além do aumento da agressividade e da naturalização da violência por crianças e adolescentes têm sido objeto de diversos estudos empíricos. Com a exposição a esse tipo de conteúdo, aumentam a prevalência da violência e de redes de intolerância, os riscos de desenvolver ansiedade ou depressão, a incidência de pesadelos ou transtornos do sono, de pensamentos ou comportamentos agressivos e sentimentos de raiva. Crescem também os índices de suicídio e de dessensibilização ao sofrimento resultante da interação com imagens violentas (ANDERSON; BUSHMAN, 2001; RICH, 2013; RICH et al, 2016).

Além da exposição a conteúdos de violência em mídias digitais, vale ressaltar a exposição de um número maior de crianças e adolescentes ao *bullying*, uma prática que se multiplicou em redes sociais e outros *sites* na Internet. O *cyberbullying* e a vitimização *on-line* têm sido objeto de estudos e da nova Lei nº 13.185 – sancionada no Brasil em 2015 –, que precisa ser mais divulgada para conhecimento de todos e de ações de prevenção nas escolas (WILLIAMS; STELKO-PEREIRA, 2013; BARBOVSCHI, 2015). Segundo a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014, 15% dos usuários de Internet de 9 a 17 anos relataram terem sido tratados de forma ofensiva na rede nos 12 meses que antecederam a entrevista, entre os quais 64% declararam que esses fatos ocorreram em redes sociais, 47% em mensagens instantâneas e 10% em salas de bate-papo. A proporção daqueles que receberam mensagens ofensivas pela Internet foi de 58%, sendo que 24% relataram terem sido mencionados em postagens em redes sociais. Entre os usuários de Internet de 11 a 17 anos, podemos destacar as menções a mensagens de ódio (21%) a gestos de auto-agressão (13%) e a conteúdos relacionados ao suicídio (9%) (CGI.br, 2015a).

A violência foi definida pela Organização Mundial de Saúde como o uso intencional de força física ou poder, ameaçado ou real, contra si mesmo ou outra pessoa, contra um grupo ou comunidade, que tem alta probabilidade de resultar em lesão, morte, dano psicológico, mal desenvolvimento, maus tratos ou privação (OMS, 2012). Essa definição não distingue atos reais de representações visuais ou recriações de atos violentos *on-line*. Tampouco considera

as sequelas e as consequências associadas a tais atos, – se reais ou simulados e cibernéticos, em forma de assédio ou discriminação de gênero, entre outros tipos de intolerância – que podem resultar em aumento da vulnerabilidade, angústia, insegurança, depressão, ansiedade, aumento do tecnoestresse e da própria violência. (YBARRA et al, 2008; LIVINGSTONE; PALMER, 2012). O anonimato e a falta de privacidade e de segurança nas redes sociais contribuem para a naturalização e a disseminação da violência, sobretudo entre jovens criados em famílias desestruturadas, disfuncionais ou em contextos políticos ou culturais complexos (KING et al, 2007).

O tempo dedicado ao uso da Internet, bem como a intensificação deste uso deram origem às primeiras pesquisas, em torno de 1995, acerca da dependência tecnológica como resultado da interação não química entre homem e máquina, envolvendo a indução e o reforço comportamentais. Esses estudos já apontavam para uma nova proposta diagnóstica da dependência do uso de Internet enquanto um transtorno do impulso (YOUNG, 1998; YOUNG; ABREU, 2011). O uso excessivo e a não percepção da passagem do tempo; o desenvolvimento de quadros de abstinência, com alterações de humor e sentimentos de raiva e tristeza ou frustração; a tolerância e a necessidade de mais horas de uso, como mecanismo de recompensa; e as repercussões negativas, incluindo conflitos, isolamento social, fadiga e desempenho insatisfatório nos estudos ou no trabalho são alguns dos sintomas que caracterizam a dependência. Em muitos casos, outros transtornos psicológicos ou psiquiátricos estão presentes, como a depressão, o transtorno bipolar, transtornos de ansiedade e déficit de atenção ou hiperatividade (TDAH). Alguns estudos associam ainda os sintomas de dependência da Internet com transtornos de aprendizado também no TDAH, com danos nas funções de inibição da resposta e da memória de execução com déficit cognitivo (NIE et al, 2016).

Apesar de ser usado com frequência, o termo “dependência” permanece controverso e requer mais estudos: o *Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-5) da Associação Americana de Psiquiatria (American Psychiatric Association Diagnostic and Statistical Manual for Mental Disorders, em inglês)* só classifica o transtorno do jogo compulsivo (*Internet Gaming Disorder, em inglês*) como comportamento compulsivo e fora do controle. Outros autores consideram alguns comportamentos como disfuncionais na adolescência, a exemplo da privação do sono, alienação dos amigos e pais, diminuição do rendimento escolar, ansiedade social, depressão ou transtorno desafiador oposicional (TDO). Esses problemas são classificados como uso problemático de mídias interativas (PIMU) (*Problematic Interactive Media Use, em inglês*) e se manifestam principalmente em adolescentes com compulsão por jogos de RPG *on-line* para múltiplos jogadores (MMORPG) (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Games, em inglês*) (RICH, 2014; RICH et al, 2016). Nesse contexto, a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 apontou que 25% dos usuários de Internet de 11 a 17 anos já tentaram – sem sucesso – passar menos tempo na rede e 21% relataram passar menos tempo com a família por causa da Internet (CGI.br, 2015a).

3) SEXUALIDADE E DESENVOLVIMENTO SEXUAL

O desenvolvimento da sexualidade é parte essencial do crescimento e da construção da personalidade do indivíduo. Experiências vividas durante a infância e a adolescência podem marcar comportamentos futuros, tanto positivamente e de maneira saudável quanto

negativamente, provocando danos. Nesse contexto, as mídias digitais facilitam o acesso a informações, filmes e vídeos relativos a fantasias, desejos, erotismo, sensualidade, questões de gênero, sexo e gravidez, parto e amamentação, contracepção, ou ainda doenças sexualmente transmitidas, entre outros temas da saúde sexual e reprodutiva. De acordo com a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014, 29% das crianças e adolescentes usuários de Internet declararam ter visto imagens ou vídeos de conteúdo sexual na rede, dentre os quais, 52% se sentiram incomodados ou constrangidos após este contato.

Durante o desenvolvimento sexual de um indivíduo, podem ser identificadas três importantes fases da adolescência (EISENSTEIN et al, 2015), que correlacionamos com riscos introduzidos pelo uso de mídias digitais, conforme tópicos abaixo:

- **Adolescência inicial:** início de mudanças corporais e da maturação dos órgãos sexuais internos e externos, sob estímulo neuro-hormonal, a partir dos 10 ou 11 anos e até os 14, em média, na população brasileira. Inicia a concentração de sensações nos órgãos genitais, independentemente do impulso sensorial de origem. Esta fase é caracterizada por medos, vergonha, culpa, fantasias e mudanças bruscas de humor, cercada de curiosidade e muitos preconceitos sociais, em que muitos optam por permanecer anônimos, ou mesmo por desenvolver “novas personalidades”, a exemplo dos avatares;
- **Adolescência média:** a partir dos 14 ou 15 anos até os 17 anos, o corpo ainda está em transformação. Nesta fase, ocorrem muitas crises na busca de identidade, experimentações, convívio social intenso, encontros, ganhos ou perdas de amizades e paixões. Inicia ainda um processo gradual de sociabilização e a definição do ser diferente ou parte do grupo, objeto de conversas *on-line* e aplicativos que favorecem encontros de qualquer tipo;
- **Adolescência final:** a fase das decisões e escolhas de estilos de vida ocorre dos 17 ou 18 anos até os 21 ou 24 anos, em média. Com as mudanças corporais consolidadas, relacionamentos afetivos e sociais são desenvolvidos, com a separação progressiva do convívio familiar e a (des)integração no meio social, cultural e contextual. A partir do término dos estudos e do início da vida laboral, há a consolidação do ser independente, que passa a ser responsabilizado, inclusive legalmente, por suas opções de vida. Durante esta fase, muitos já possuem um perfil próprio *on-line* em redes sociais e são mais conscientes de suas configurações de privacidade.

Nesse contexto, ante a ausência de educação efetiva da sexualidade por pais e escolas, ou de programas educativos e aplicativos adequados aos adolescentes, com responsabilidade social (HABERLAND; ROGOW, 2015), conteúdos inapropriados, mensagens de *grooming* (sedução *on-line*), *sexting* e *cyberbullying* continuam sendo disseminados na rede, apesar de serem considerados crimes pelos artigos 240 e 241 do Estatuto da Criança e do Adolescente, e também pelas leis 12.737/2012, 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) e pela atual Lei 13.185/2015 sobre *cyberbullying*³ (MALDONADO, 2011; SHARIFF, 2015).

³ A Lei 13.185/2015 institui o Programa de Combate à Intimidação Sistemática (*Bullying*) em todo o território nacional, caracterizado por todo o ato de violência física ou psicológica, intencional e repetitivo, que ocorre sem motivação evidente, praticado por indivíduo ou grupo, contra uma ou mais pessoas, com o objetivo de intimidá-la ou agredi-la, causador de dor ou angústia à vítima, em uma relação de desequilíbrio de poder entre as partes envolvidas. Em seu parágrafo único, cita também a intimidação sistemática na rede mundial de computadores, caracterizando o *cyberbullying* como ações praticadas no meio virtual. Assim, as escolas estão atualmente obrigadas a realizarem programas de alerta e prevenção de *bullying* e *cyberbullying* para crianças e adolescentes.

4) RISCOS À SAÚDE EM GERAL

O uso intensivo de equipamentos tecnológicos por crianças e adolescentes, bem como seus potenciais riscos à saúde, vem se tornando objeto de inúmeras pesquisas, com relatos frequentes de problemas em idades cada vez mais precoces na literatura e em consultórios médicos. Entre os riscos à saúde associados ao uso intensivo de equipamentos tecnológicos, podem ser citados: riscos visuais, riscos auditivos, riscos posturais e osteoarticulares e riscos alimentares, entre outros.

- **Riscos visuais:** monitores e telas emitem luminosidade excessiva e podem provocar fototoxicidade. Nesse contexto, piscar é essencial para lubrificar a córnea e mantê-la úmida com os nutrientes assegurados pela lágrima. A síndrome do olho seco (SOS), por exemplo, que se manifesta pela vermelhidão dos olhos, sensação de corpo estranho, conjuntivites e ceratites (infecção da córnea), além dos erros de refração, é diagnosticada em pessoas que ficam longas horas e a pouca distância das telas. Atualmente, é reconhecida como síndrome do olho do computador (*Computer Vision Syndrome*, em inglês), cujos sintomas são dor-de-cabeça, desconforto ocular, secura, irritação ou “queimação” nos olhos, diplopia (visão dupla) e visão “borrada”, devido às respostas de convergência e acomodação ocular. A condição também tem sido frequente entre crianças e adolescentes (ROSENFELD, 2011; GOWRISANKARAN, 2015). A mudança do relógio biológico – e do ciclo circadiano – pode estar associada a transtornos do sono e depressão, devido à exposição intensa (mais de seis horas diárias) às ondas de luz azul das telas ou de lâmpadas LED, causando a supressão de melatonina e a diminuição da liberação de GHG, o hormônio de crescimento em um período importante do crescimento. A literatura médica recomenda a redução do uso de computadores e *smartphones* para melhores hábitos de sono, de modo a evitar a luz de onda azul das telas duas ou três horas antes de dormir (HARVARD MEDICAL SCHOOL, 2015).
- **Riscos auditivos:** o uso de fones de ouvido em volumes acima do tolerável – para crianças e adolescentes, o nível considerado seguro é de, no máximo, 70 decibéis – vem repercutindo negativamente na integridade da audição e configura-se, portanto, como uma prática que merece atenção. A exposição constante, repetitiva e crônica sem protetores à música alta ou a outros ruídos – a exemplo de instrumentos, como baterias ou caixas de som – pode acarretar perda auditiva induzida pelo ruído (PAIR), condição irreversível que resulta do comprometimento das células ciliadas do ouvido interno (cóclea). É preciso atentar a dificuldades para perceber sons agudos (como telefones e campainhas), cujas frequências altas são as primeiras a serem alteradas. Outros sintomas auditivos podem surgir, a exemplo de zumbidos, considerados uma ilusão auditiva, e que podem estar associados ao isolamento social ou a dificuldades de interação com familiares e pares. Outras possíveis consequências são: transtornos de sono, irritabilidade e dificuldade de atenção e concentração, afetando o aprendizado e o humor, além de alterações comportamentais (CARVALHO, 2013).
- **Riscos posturais e osteoarticulares:** quando conectados e posicionados de maneira irregular sobre cadeiras, poltronas e sofás, além de carteiras escolares que não se adequam ao seu tamanho e às suas características físicas pessoais, crianças e adolescentes podem sofrer com problemas na coluna cervico-tóraco-lombar, causa de queixas frequentes envolvendo dores no pescoço, ombros e costas. As alterações mais comuns são

a retificação, ou inversão da coluna cervical (“queda-do-pescoço” ou cabeça protraída em frente à tela do computador), torcicolos (devido ao pescoço e ombros virados de lado, ao atender celular), cifose acentuada (curva para frente), lordose (curva para trás), desvios da bacia e dos ombros, rotação do tronco e escoliose (curva em “s” da coluna). Regularmente, se faz necessária uma avaliação postural especializada, além da prática de esportes ou exercícios de alongamento e simetria, de modo que tenham noções ergonômicas e se posicionem corretamente quando utilizam um computador. Também são comuns as lesões de esforço repetitivo (LER), as tenosinovites e tendinites e as cervicobraquialgias, dores musculares irradiadas do pescoço, ombros e braços após o uso prolongado do computador ou de *videogames* (GENTILE et al, 2004; DEL PELOSO, 2013).

- **Riscos alimentares:** o culto ao corpo e as expectativas irreais de estereótipos têm sido associados a transtornos alimentares, práticas de restrição alimentar rigorosas, uso de anabolizantes, excesso de exercícios ou à obesidade e ao sedentarismo crônico (LOUCAS et al, 2014; QUICK et al, 2013; RICH et al, 2002). De acordo com a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014, 14% dos usuários de Internet de 11 a 17 anos tiveram contato com conteúdos relacionados a transtornos alimentares na rede (CGI.br, 2015a).

CONCLUSÃO

Os estudos apresentados ao longo deste artigo apontam para uma tendência de novos estilos de relacionamentos e comportamentos sociais, associados ao uso intensivo de novas tecnologias digitais. Embora muitas informações possam ser aprendidas com o uso das mídias, essa nova área de estudos permanece aberta para incentivar a criação de mecanismos de proteção social e materiais de educação em saúde. É preciso ainda enfatizar as questões sobre os direitos de crianças e adolescentes à saúde, disseminando-as inclusive nas redes digitais. Programas escolares concebidos para o desenvolvimento de um pensamento crítico e saudável em relação às mídias, denominados alfabetização ou cidadania digital, passam a ganhar força e espaço na Internet. Reconhecer o imenso potencial para a educação e para a saúde é essencial como fator de proteção contra doenças – que irão influenciar e repercutir durante a vida adulta.

Os equipamentos tecnológicos e as redes sociais digitais vêm mudando progressivamente a maneira como nos relacionamos com pessoas que estão à nossa volta ou mesmo distantes. Nesse sentido, os cuidados que devem ser tomados durante o período de crescimento e desenvolvimento de crianças e adolescentes com relação ao uso de mídias digitais permanecem sendo desafios a serem enfrentados e estudados por profissionais da saúde e educação. Prevenção de doenças é o estímulo às atitudes, ao diálogo e aos hábitos de vida saudáveis. E a proteção social, seja da família ou de toda a comunidade, também pode se dar via Internet.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. A.; BUSHMAN, B. J. "Effects of violent videogames on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive effect, physiological arousal and prosocial behavior: a meta-analytic review of the scientific literature". *Psychological Science*, v. 12, n. 5, 2001, p. 353-359.

BARBOVSCHI, M. "Habilidades técnicas e o enfrentamento do uso abusivo de dados pessoais e agressão entre pares em redes sociais". In. COMITÊ GESTOR DA INTERNET – CGI.br. *Pesquisa sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2014*. São Paulo: CGI.br, 2015a.

BROWN, A. "Media use by children younger than 2 years". *Pediatrics*, v. 128, n. 5, p. 1040-1045, 2011.

CARVALHO, T. C. R. "Bbzzz, você está ouvindo?" In. ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital: impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 243- 246. Disponível em: <<http://www.grupoa.com.br/livros/psicologia-geral/vivendo-esse-mundo-digital/9788565852951>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

CENTRO DE ESTUDOS, POLÍTICAS E INFORMAÇÃO SOBRE DETERMINANTES SOCIAIS DA SAÚDE – DSS. *Determinantes Sociais da Saúde*. Rio de Janeiro: DSSBR, Fiocruz, 2016. Disponível em: <<http://dssbr.org/site>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015a. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2016.

_____. *Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros – TIC Domicílios 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015b. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2016.

DEL PELOSO, D. "Alterações posturais e riscos futuros". In. ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital: impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 247- 258. Disponível em: <<http://www.grupoa.com.br/livros/psicologia-geral/vivendo-esse-mundo-digital/9788565852951>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

DURKEE, T.; CARLI, V.; FLODERUS, B.; WASSERMAN, C.; SARCHIAPONE, M.; APTER, A.; BALAZS, B. A.; BOBES, J.; BRUNNER, R.; CORCORAN, P.; COSMAN, D.; HARING, C.; HOVEN, C. V.; KAESS, M.; KAHN, J. P.; NEMES, B.; POSTUVAN, V.; SAIZ, P. A.; VÄRNIK, P.; WASSERMAN, D. "Pathological Internet Use and Risk-Behaviors among European Adolescents". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 3, n. 3, 294, 2016. Disponível em: <<http://www.mdpi.com/1660-4601/13/3/294>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

DWORAK, M.; SCHIERL, T.; BRUNS, T.; STRÜDER, H. K. "Impact of singular excessive computer game and television exposure on sleep patterns and memory performance of school aged children". *Pediatrics*, v. 20, p. 978-985, 2007.

EISENSTEIN, E. "Crescimento Biopsicossocial Virtual". In. ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital, impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 207-220.

EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B.; TING, E. "Desenvolvimento da sexualidade na era digital". In. ABRUSIO, J. (org.). *Educação Digital*. São Paulo: Thomson Reuters, Revista dos Tribunais, 2015, p. 215-225.

GENTILE, D. A.; OBERG, C.; SHERWOOD, N. E.; STORY, M.; WALSH, D. A.; HOGAN, M.. "Well-child visits in the videoage: pediatricians and the American Academy of Pediatrics guidelines for children's media use". *Pediatrics*, v. 114, n. 5, p. 1235-41, 2004.

GIEDD, J. N. "The teen brain: insights from neuroimaging". *Journal of Adolescent Health*, v. 42, n. 4, p. 335-343, 2008.

GOWRISANKARAN, S. "Computer vision syndrome: a review". *Work*, v. 52, n. 2, p. 303-314, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3233/wor-152162>>. Acesso em: 3 abr, 2016.

HABERLAND, N.; ROGOW, D. "Sexuality Education: emerging trends in evidence and practice". *Journal of Adolescent Health*, v. 56, p. 15-21, 2015. Disponível em: <[http://www.jahonline.org/article/S1054-139X\(14\)00345-0/fulltext](http://www.jahonline.org/article/S1054-139X(14)00345-0/fulltext)>. Acesso em: 20 abr. 2016.

HALE, L.; GUAM, S. "Screen time and sleep among school-aged children and adolescents: a systematic literature review". *Sleep Medicine Reviews*, v. 21, p. 50-58, 2015.

HARVARD Medical School. *Harvard Health Letter: Blue light has a dark side*, 2015. Disponível em: <<http://www.health.harvard.edu/staying-healthy/blue-light-has-a-dark-side>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

INHOPE. Disponível em: <<http://www.inhopefoundation.org/network/partners>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

KING, J. E.; WALPOLE, C. E.; LAMON, K. "Surf and turf wars online, growing implications of internet gang violence". *Journal of Adolescent Health*, v. 41, n. 6, supl. 1, p. 66-68, 2007.

LIVINGSTONE, S.; PALMER, T. *Identifying vulnerable children online and what strategies can help them*. Londres: UK Safer Internet Centre, 2012.

LOUCAS, C. E.; FAIRBURN, C. G.; WITTINGTON, C.; KENDALL, T. "E-therapy in the treatment and prevention of eating disorders: a systematic review and meta-analysis". *Behaviour Research and Therapy*, v. 63, p. 122-131, 2014.

MALDONADO, M. T. *Bullying e Cyberbullying: o que fazemos com o que fazem conosco*. Rio de Janeiro: Editora Moderna, 2011.

NIE, J.; ZHANG, W.; CHEN, J.; LI, W. "Impaired inhibition and working memory in response to internet-related words among adolescents with internet addiction: a comparison with attention-deficit/hyperactivity disorder". *Psychiatry Research*, v. 236, p. 28-34, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.psychres.2016.01.004.Epub2016Jan5>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

O'KEEFE, G. S. *CyberSafe: protecting and empowering kids in the digital world of texting, gaming and social media*. Illinois: American Academy of Pediatrics, 2010.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE – OMS. *Declaração Política do Rio sobre Determinantes Sociais da Saúde*. Rio de Janeiro: OMS, 2011. Disponível em: <http://www.who.int/sdhconference/declaration/Rio_political_declaration_portuguese.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2016.

———. *Violence Prevention Alliance*. Definition and typology of violence. Genebra: OMS, 2012. Disponível em: <<http://www.who.int/violenceprevention/approach/definition/en/>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

PALFREY, J.; GASSER, U. *Born digital: understanding the first generation of digital natives*. Nova Iorque: Basic Books, 2008.

QUICK, V.; LOTH, K.; NEUMARK-SZTAINER, D. "Prevalence of adolescents self-weighting behaviour and association with weight-related behaviours and psychological well being". *Journal of Adolescent Health*, v. 52, n. 6, p. 738-744, 2013. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jadohealth.2012.11.016>>.

RICH, M. "As mídias e seus efeitos na saúde e no desenvolvimento de crianças e adolescentes: reestruturando a questão na era digital". In: ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital, impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 31-46.

RICH, M. "Moving from child advocacy to evidence-based care for digital natives". *JAMA Pediatrics*, v. 168, n. 5, p. 404-406, 2014.

RICH, M.; PATASHNIK, J.; HUECKER, D.; LUDWIG, D. "Living with obesity: visual narratives of overweight adolescents". *Journal of Adolescent Health*, v. 30, n. 2, p. 100-102, 2002. Disponível em: <[http://dx.doi.org/10.1016/S1054-139X\(01\)00361-5](http://dx.doi.org/10.1016/S1054-139X(01)00361-5)>.

RICH, M.; TSAPPIS, M.; KAVANAUGH, J. R. "Problematic Interactive Media Use Among Children and Adolescents: Addiction, Compulsion, or Syndrome?". In: YOUNG, K.; ABREU, C. N. (org.). *Internet Addiction in Children and Adolescents: Risk Factors, Treatment and Prevention*. Nova Iorque: Springer Press, 2016, *in print*.

ROSENFELD, M. "Computer vision syndrome, a review of ocular causes and potential treatments". *Ophthalmic & Physiological Optics*, v. 31, n. 5, p. 502-515, 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1475-1313.2011.00834.xEpub2011>>. Acesso em: 3 abr. 2016.

SAFERNET, 2016. Disponível em: <<http://new.safernet.org.br/#>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

SHARIFF, S. *Sexting and Cyberbullying: defining the line for digitally empowered kids*. Nova Iorque: Cambridge University Press, 2015.

SILVA, E. J. C.; TING, E. "Tecnoestresse e o Cérebro em Desenvolvimento". In: ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital, impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 234-242.

STRASBURGER, V. C.; JORDAN, A. B.; DONNERSTEIN, E. "Children, adolescents, and the media: health effects". *Pediatric Clinics of North America*, v. 59, n. 3, p. 533-587, 2012.

ULIJASZEK, S. J.; JOHNSTON, F. E.; PREECE, M. A. *The Cambridge Encyclopedia of Human Growth and Development*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

WILLIAMS, L. C. A.; STELKO-PEREIRA, A. C. "Por fora bela viola: Pesquisa e Intervenção sobre cyberbullying". In: ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital, impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 49-59.

YBARRA, M. L.; DIENER-WEST, M.; MARKOW, D.; LEAF, P. J.; HAMBURGER, M.; BOXER, P. "Linkages between internet and other media violence with seriously violent behavior by youth". *Pediatrics*, v. 122, n. 5, p. 929-937, 2008.

YOUNG, K. S. "Internet addiction: the emergence of a clinical disorder". *CyberPsychology and Behavior*, v. 1, n. 3, p. 237-244, 1998.

YOUNG, K. S.; ABREU, C. N. (org.). *Dependência de internet: manual e guia de avaliação e tratamento*. Porto Alegre: Artmed, 2011.

**TIC KIDS ONLINE BRASIL
2015**

RELATÓRIO METODOLÓGICO TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015

INTRODUÇÃO

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), por meio do 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), apresenta os resultados da quarta 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 tem como principal objetivo entender riscos e oportunidades associados ao uso da Internet por crianças e adolescentes 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;
- Módulo G: Riscos e danos.

A partir de 2015, a pesquisa TIC Domicílios incorporou em seu processo de coleta de dados o público-alvo da pesquisa TIC Kids Online Brasil. Desse modo, as duas pesquisas passaram por alteração na forma de seleção dos indivíduos respondentes, o que está descrito em detalhes na seção de planejamento amostral. Ainda que os dados tenham sido coletados conjuntamente, os resultados relativos às duas pesquisas são divulgados em relatórios específicos para cada público.

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:

- Produzir estimativas sobre o acesso à Internet por crianças e adolescentes, bem como investigar o perfil de não usuários da rede;
- Compreender como as crianças e os adolescentes acessam e utilizam a Internet e qual é a percepção deles em relação aos conteúdos acessados, bem como as oportunidades e os riscos *on-line*;
- Delinear as experiências, preocupações e práticas de pais ou responsáveis 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.
- **Área:** O domicílio pode ser urbano ou rural, segundo sua área de localização, tomando por base a legislação vigente por ocasião da realização do Censo Demográfico. Como situação urbana, consideram-se as áreas correspondentes às cidades (sedes municipais), às vilas (sedes distritais) ou às áreas urbanas isoladas. A situação rural abrange toda a área que está fora desses limites.
- **Escolaridade dos pais ou responsáveis:** Refere-se ao cumprimento de determinado ciclo formal de estudos. Se um indivíduo completou todos os anos de um ciclo com aprovação, diz-se que obteve o grau de escolaridade em questão. Assim, o aprovado no último nível do Ensino Fundamental obtém a escolaridade do Ensino Fundamental. A coleta do grau de instrução é feita em oito subcategorias, variando do Ensino Infantil ou analfabeto até o Ensino Superior completo ou além. Porém, para fins de divulgação, essas subcategorias foram agregadas em quatro classes: até Fundamental I, Fundamental II e Médio ou mais.
- **Renda familiar:** A renda familiar é dada pela soma da renda de todos os moradores do domicílio, incluindo o respondente. Para divulgação dos dados, foram estabelecidas quatro faixas de renda, iniciando-se pelo salário mínimo definido pelo Ministério do Trabalho e do Emprego, cujo valor para 2015 era de R\$ 788,00. A primeira faixa representa o ganho total do domicílio até um salário mínimo (SM), e a quarta faixa representa rendas familiares com mais de três salários mínimos.
 - Até 1 SM;
 - Mais de 1 SM até 2 SM;
 - Mais de 2 SM até 3 SM;
 - Mais de 3 SM.
- **Classe social:** O termo mais preciso para designar o conceito seria classe econômica. Entretanto, manteve-se classe social para fins da publicação das tabelas e análises relativas a esta pesquisa. A classificação econômica é baseada no Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), 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. O Critério Brasil foi atualizado em 2015, resultando em classificação não comparável à anteriormente vigente (Critério Brasil 2008). Para efeito de comparabilidade, a análise dos dados utiliza o critério de classificação de 2008. No *website* do Cetic.br ambas as estimativas estão publicadas.

- **Usuários de Internet:** São considerados usuários de Internet os indivíduos que utilizaram a rede ao menos uma vez nos três meses anteriores à entrevista, conforme definição da União Internacional de Telecomunicações (UIT, 2014). Para fins de análise e divulgação, será considerada a declaração da criança ou do adolescente selecionado para responder à pesquisa.

POPULAÇÃO-ALVO

A população-alvo da pesquisa é composta por crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos, residentes em domicílios particulares permanentes no Brasil.

UNIDADE DE ANÁLISE E REFERÊNCIA

A unidade de referência da pesquisa é composta por crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos.

Os pais ou responsáveis são considerados uma unidade respondente, pois fornecem informações a respeito das crianças e adolescentes selecionados. São considerados uma unidade de análise, mas não são representativos da população de pais e responsáveis residentes em domicílios particulares permanentes no Brasil, dada a forma em que foram selecionados para responder à pesquisa (associação com a unidade informante criança ou adolescente).

DOMÍNIOS DE INTERESSE PARA ANÁLISE E DIVULGAÇÃO

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

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

INSTRUMENTO DE COLETA

INFORMAÇÕES SOBRE OS INSTRUMENTOS DE COLETA

Os dados foram coletados por meio de questionários estruturados, com perguntas fechadas e respostas predefinidas (respostas únicas ou múltiplas). As crianças e os adolescentes responderam a dois questionários diferentes: um aplicado presencialmente por um entrevistador (em interação 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 e adolescentes de 11 a 17 anos de idade.

Além do questionário projetado para crianças e adolescentes, a pesquisa incluiu um questionário específico para seus pais ou responsáveis, conforme ilustrado (Figura 1).

FIGURA 1
INFORMAÇÕES SOBRE OS QUESTIONÁRIOS DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015

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 crianças e adolescentes
- Atividades *on-line*, práticas de comunicação e redes sociais
- Consumo e exposição a conteúdos mercadológicos
- Habilidades para o uso da Internet
- Percepções sobre a mediação dos pais em relação aos riscos da Internet
- Experiências negativas e riscos relativos ao uso da Internet
- Percepções sobre a mediação dos pais ou responsáveis
- Fontes de educação, conselho e apoio para o uso da Internet

PAIS OU RESPONSÁVEIS

TIPO DE QUESTIONÁRIO

APLICADO PELO ENTREVISTADOR (FACE A FACE)

CONTEÚDO

- Demografia dos domicílios e acesso à Internet
- Padrões de uso da Internet por pais ou responsáveis
- Mediação parental do uso da Internet por crianças e adolescentes
- Percepções sobre o uso da Internet por seus filhos(as) ou tutelados(as) e a exposição a riscos *on-line*
- Fontes de informações sobre o uso seguro da Internet

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 2015 realizou alterações na formulação de perguntas, escalas e opções de resposta no instrumento destinado a crianças e adolescentes.

Em 2015, a pesquisa TIC Kids Online Brasil passou a explorar novas temáticas por meio do monitoramento de indicadores de inclusão e exclusão digital. Nesse contexto, a medida de uso da Internet passou a ser coletada diretamente com crianças e adolescentes selecionados, bem como com seus pais ou responsáveis, além de incorporar o conceito definido pela União Internacional de Telecomunicações (UIT, 2014). A edição de 2015 também passou a mensurar indicadores acerca da temática da intolerância e discurso de ódio na rede. As principais alterações do questionário estão listadas na Tabela 1.

De modo geral, em um esforço no sentido de conferir maior qualidade aos dados coletados, buscou-se maior adequação à linguagem utilizada pelos respondentes e redução no tempo de aplicação dos questionários (DE LEEUW et al, 2004; DE LEEUW; OTTER, 1995; BORGERS et al, 2000), especialmente com relação aos respondentes entre 9 e 17 anos de idade.

Na edição de 2015, o questionário aplicado a pais e responsáveis passou a explorar indicadores domiciliares sobre o acesso a computador e Internet, características da conexão domiciliar, bem como motivos para a falta de acesso domiciliar à Internet. Por outro lado, com o objetivo de reduzir o tempo de aplicação das entrevistas, foram excluídas algumas perguntas que exploravam os motivos de preocupação e percepções de pais e responsáveis acerca do uso da Internet por seus filhos ou tutelados. Também foram excluídas perguntas que abordavam a exposição de seus filhos ou tutelados à publicidade e propagandas na Internet.

ENTREVISTAS COGNITIVAS E PILOTO

Com o objetivo de avaliar a adequação do desenho do questionário da TIC Kids Online Brasil 2015 e a compreensão dos respondentes 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 (CAMPANELLI, 2008). 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 2015 foram testados apenas os questionários para crianças e adolescentes (tanto os de autopreenchimento quanto os aplicados face a face por um entrevistador). No total, foram realizadas 15 entrevistas cognitivas em São Paulo.

Para a distribuição dos perfis de entrevistados foram consideradas diferentes faixas de idade. A amostra selecionada para as entrevistas foi composta por cinco usuários de Internet com idades entre 9 e 11 anos, cinco com idades entre 12 e 14 anos e cinco com idades entre 15 e 17 anos. Foram priorizados perfis de classes socioeconômicas B, C e D, segundo o Critério Brasil.

TABELA 1

ALTERAÇÕES NO QUESTIONÁRIO APLICADO A CRIANÇAS E ADOLESCENTES – PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015

Indicador		Alteração em 2015		
A1A	Equipamentos utilizados no domicílio para acessar a Internet	Indicador não coletado em 2015		
A1C	Acesso à Internet, por último acesso	Indicador novo		
A1D	Motivos para não acessar a Internet	Indicador novo		
A2	Local de acesso à Internet	<p>O item 'No seu quarto ou outro quarto da casa' foi alterado para 'No seu quarto';</p> <p>O item 'Na sala da casa ou outro espaço coletivo da casa' foi alterado para 'Na sala de casa ou outro lugar da casa que não seja o seu quarto';</p> <p>O item 'Numa biblioteca pública, telecentro ou em outro local público' foi alterado para 'Em um telecentro';</p> <p>O item 'Na rua ou qualquer outro lugar pelo celular ou tablet, como por exemplo, no ônibus, na praça ou no shopping' foi alterado para 'Enquanto você está indo para algum lugar, como por exemplo, na rua, no ônibus, no metrô ou no carro';</p> <p>O item 'Em outro lugar. Qual?' foi alterado para 'Em outros lugares como shopping, igreja ou lanchonete'.</p>		
A2A A2D A2G	A2B A2E A2H	A2C A2F	Frequência de acesso à Internet, por local	Indicadores não coletados em 2015
A5	Tempo despendido na Internet em um dia de semana	Indicador não coletado em 2015		
A6	Tempo despendido na Internet em um final de semana	Indicador não coletado em 2015		
B1	Atividades realizadas na Internet	<p>Os itens 'Baixou aplicativos gratuitos ou sem pagar' e 'Pagou por downloads de aplicativos' foram alterados para 'Baixou aplicativos';</p> <p>Os itens 'Usou a Internet para trabalho escolar' e 'Pesquisou coisas na Internet' foram alterados para 'Pesquisou coisas na Internet para fazer trabalhos da escola' e 'Pesquisou coisas na Internet por curiosidade ou vontade própria';</p> <p>Os itens 'Jogou games ou jogos com outras pessoas na Internet' e 'Jogou sozinho na Internet' foram alterados para 'Jogou on-line, conectado com outros jogadores' e 'Jogou on-line, não conectado com outros jogadores';</p> <p>Os itens 'Colocou ou postou uma mensagem numa página na Internet ou escreveu em um blog ou diário on-line' e 'Colocou ou postou fotos, vídeos ou músicas em redes sociais ou em mensagens instantâneas' foram alterados para 'Postou na Internet um texto, imagem ou vídeo que você mesmo fez' e 'Compartilhou na Internet um texto, imagem ou vídeo';</p> <p>O item 'Postou na Internet uma foto ou vídeo em que você aparece' foi inserido;</p> <p>Os itens 'Leu um livro eletrônico ou e-book', 'Enviou ou recebeu e-mails', 'Ficou um tempo em um mundo virtual', 'Entrou em salas de bate-papo', 'Usou uma webcam', 'Criou um personagem, um bicho de estimação ou um avatar' e 'Usou sites de transferência de arquivos ou downloads' foram excluídos</p>		

continua ►

► conclusão

Indicador	Alteração em 2015
B2C B2D B2E B2F B2G B2M B2N B2P B2R B2S B2X B2Z B2ZA B2ZB	Frequência de uso da Internet para atividades realizadas Indicadores não coletados em 2015
B3A B3B B3C B3D B3E B3F B3G	Procedência das pessoas com quem fizeram contato na Internet, por plataforma <i>on-line</i> Indicadores não coletados em 2015
C2	Crianças e adolescentes que possuem um ou mais perfis em redes sociais Indicador não coletado em 2015
C7	Forma de criação de perfil em rede social Indicador não coletado em 2015
D3	Percepção sobre a existência de coisas que possam incomodá-los na Internet Indicador não coletado em 2015
E5	Percepção sobre o tipo de orientação dada pelos seus pais ou responsáveis para o uso da Internet Indicador não coletado em 2015
E6	Percepção sobre o tipo de verificação realizada pelos seus pais ou responsáveis em seu uso da Internet Indicador não coletado em 2015
E7	Percepção sobre os recursos utilizados pelos seus pais ou responsáveis no computador Indicador não coletado em 2015
E10	Percepção sobre o não cumprimento das orientações dos seus pais ou responsáveis para o uso da Internet Indicador não coletado em 2015
E13 E13A E13B	Crianças e adolescentes que já sugeriram a amigos, pais e outros familiares formas de uso seguro da Internet Indicadores não coletados em 2015
E15 E16	Origem dos conselhos recebidos sobre uso seguro da Internet Indicadores não coletados em 2015
F2	Percepção sobre propagandas ou publicidade vistas em meios de comunicação Indicador não coletado em 2015
G2	Meio virtual em que foram tratados de forma ofensiva Indicador não coletado em 2015
G4	Meio virtual em que agiram de forma ofensiva Indicador não coletado em 2015
G18	Tipos de conteúdo com os quais tiveram contato na Internet O item 'Mensagens de ódio contra pessoas ou grupo de pessoas' foi excluído
G20	Crianças e adolescentes que viram alguém ser discriminado na Internet Indicador novo
G20A	Tipo de discriminação testemunhada na Internet Indicador novo
G21	Crianças e adolescentes que se sentiram discriminados na Internet Indicador novo
G21A	Tipo de discriminação sofrida na Internet Indicador novo

Adicionalmente, foi realizado um piloto de campo das pesquisas TIC Domicílios e TIC Kids Online Brasil 2015, que teve como principal objetivo identificar, na prática do trabalho de campo, possíveis problemas em etapas do processo, como arrolamento, abordagem dos domicílios, seleção da entrevista e aplicação das entrevistas. Foi possível avaliar a fluidez do questionário e o tempo necessário para aplicá-lo, bem como a complexidade relacionada ao preenchimento do questionário. No total, foram selecionados dez setores censitários para a realização das entrevistas. Em cada setor foram selecionados dez domicílios para a realização das abordagens (Tabela 2). Nos domicílios em que não foi possível realizar a entrevista na primeira abordagem, foram feitas voltas racionais com registro das ocorrências correspondentes a cada visita.

TABELA 2
DISTRIBUIÇÃO DAS ABORDAGENS REALIZADAS PARA O PILOTO DAS PESQUISAS
TIC DOMICÍLIOS E TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015, POR MUNICÍPIO VISITADO

Município	Quantidade de setores censitários	Quantidade de domicílios selecionados para abordagens
Guarulhos - SP	2	20
Osasco - SP	2	20
Porto Alegre - RS	2	20
Rio de Janeiro - RJ	2	20
Recife - PE	2	20
TOTAL	10	100

PLANO AMOSTRAL

O desenho do plano amostral considerou uma amostragem estratificada de conglomerados em múltiplos estágios e a amostra é selecionada sistematicamente com probabilidade proporcional a uma medida de tamanho (PPT).

CADASTROS E FONTES DE INFORMAÇÃO

Para o desenho amostral da pesquisa TIC Kids Online Brasil foram utilizados os dados do Censo Demográfico 2010 do IBGE. Além disso, metodologias e dados internacionais serviram como parâmetros para a construção dos indicadores sobre o acesso e o uso das tecnologias de informação e de comunicação (Figura 2).

FIGURA 2
FONTES PARA O DESENHO AMOSTRAL DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015



DIMENSIONAMENTO DA AMOSTRA

A amostra foi dimensionada considerando a otimização de recursos e qualidade exigida para apresentação de resultados nas pesquisas TIC Domicílios e TIC Kids Online Brasil. Considerou-se no planejamento a seleção de mais de 33 mil domicílios particulares permanentes que serviram de amostra para ambas as pesquisas. As próximas seções dizem respeito à amostra desenhada para a execução da coleta de dados das duas pesquisas.

CRITÉRIOS PARA DESENHO DA AMOSTRA

O plano amostral empregado para a obtenção da amostra de setores censitários pode ser descrito como amostragem estratificada de conglomerados em múltiplos estágios. O número de estágios do plano amostral depende essencialmente do papel conferido à seleção dos municípios. Vários municípios foram incluídos na amostra com probabilidade igual a um (municípios autorrepresentativos). Nesse caso, os municípios funcionam como estratos para seleção da amostra de setores e, posteriormente, de domicílios e moradores para entrevistar. Os demais municípios não incluídos com certeza na amostra funcionam como unidades primárias de amostragem (UPA) em um primeiro estágio de amostragem. Nesses casos a amostra probabilística apresenta duas etapas: seleção de municípios e, posteriormente, seleção de setores censitários nos municípios selecionados.

ESTRATIFICAÇÃO DA AMOSTRA

A estratificação da amostra probabilística de municípios foi baseada nas seguintes etapas:

- Foram definidos 27 estratos geográficos iguais às unidades da federação;
- Dentro de cada um dos 27 estratos geográficos, foram estabelecidos estratos de grupos de municípios:
 - Os municípios das capitais de todas as unidades da federação foram incluídos com certeza na amostra (27 estratos);
 - Os 27 municípios do programa Cidades Digitais¹ foram, também, incluídos com certeza na amostra;
 - Em nove unidades da federação (Pará, Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul) foi formado um segundo estrato pelos municípios que compõem a região metropolitana (RM) em torno da capital, excluindo o município da capital. Nessas nove unidades federativas todos os demais municípios não metropolitanos foram incluídos num estrato chamado 'Interior'. Nos estratos geográficos formados por unidades federativas que não possuem região metropolitana (todos os demais, exceto o Distrito Federal), foi criado apenas um estrato de municípios denominado 'Interior', excluindo a capital.

ALOCAÇÃO DA AMOSTRA

A alocação da amostra seguiu parâmetros relativos a custos, proporção de população com 9 anos ou mais de idade, para acomodar a população-alvo da TIC Kids Online Brasil e da TIC Domicílios, e área (urbana ou rural). Ao todo, foram selecionados 2.214 setores censitários em todo o território nacional com a previsão de coleta de 15 domicílios em cada setor censitário selecionado, o que corresponde a uma amostra de 33.210 domicílios. A alocação da amostra, considerando os 36 estratos TIC (estratificação mais agregada que a estratificação de seleção e que é utilizada para acompanhamento da coleta), é apresentada na Tabela 3.

¹ O programa Cidade Digitais foi elaborado pelo Ministério das Comunicações em 2012 e, em 2013, "(...) foi incluído no Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) do Governo Federal, selecionando 262 municípios com população de até 50 mil habitantes. A partir de 2016, o programa será reestruturado de forma que o seu financiamento ocorra somente com recursos de emendas parlamentares" (BRASIL, 2016). Mais informações: <<http://www.mc.gov.br/cidades-digitais>>. Acesso em: 19 ago. 2016.

TABELA 3
ALOCAÇÃO DA AMOSTRA SEGUNDO ESTRATO TIC

Estrato TIC	Amostra		
	Setores	Municípios	Entrevistas Planejadas
Norte			
Rondônia	18	4	270
Roraima	15	4	225
Acre	15	4	225
Amapá	15	6	225
Tocantins	15	4	225
Amazonas	38	8	570
Pará - RM Belém	27	4	405
Pará - Interior	57	9	855
Nordeste			
Maranhão	71	12	1 065
Piauí	36	7	540
Ceará - RM Fortaleza	42	6	630
Ceará - Interior	55	8	825
Pernambuco - RM Recife	41	6	615
Pernambuco - Interior	57	10	855
Rio Grande do Norte	39	7	585
Paraíba	45	11	675
Alagoas	35	7	525
Sergipe	28	6	420
Bahia - RM Salvador	44	6	660
Bahia - Interior	122	19	1 830
Sudeste			
Minas Gerais - RM BH	63	8	945
Minas Gerais - Interior	146	27	2190
Espírito Santo	47	8	705
Rio de Janeiro - RM RJ	136	13	2 040
Rio de Janeiro - Interior	53	7	795
São Paulo - RM São Paulo	206	18	3090
São Paulo - Interior	226	42	3390
Sul			
Paraná - RM Curitiba	42	6	630
Paraná - Interior	88	15	1 320
Santa Catarina	82	13	1 230
Rio Grande do Sul - RM Porto Alegre	50	7	750
Rio Grande do Sul - Interior	84	14	1 260
Centro-Oeste			
Mato Grosso do Sul	32	5	480
Mato Grosso	41	7	615
Goiás	70	11	1 050
Distrito Federal	33	1	495

SELEÇÃO DA AMOSTRA

SELEÇÃO DE MUNICÍPIOS

Os municípios das capitais e 27 municípios do programa Cidades Digitais foram considerados com certeza na amostra e não participam do processo de seleção de municípios, ou seja, são autorrepresentativos. Municípios autorrepresentativos são aqueles cuja probabilidade de inclusão na amostra é igual a 1. Um município é considerado autorrepresentativo quando sua medida utilizada para seleção é maior do que o salto estipulado para a seleção sistemática dentro de determinado estrato. Esse salto é obtido pela divisão entre a medida total da área representada pela quantidade de municípios a serem selecionados. Cada município identificado como autorrepresentativo é excluído do respectivo estrato para a seleção dos demais municípios que comporiam a amostra. Assim, o tamanho da amostra desejado em cada estrato é ajustado e a soma dos tamanhos é recalculada, com exclusão das unidades anteriormente incluídas na amostra. Bem como para capitais e municípios do programa Cidades Digitais, os municípios autorrepresentativos são tomados como unidades primárias de amostragem (UPA), ou seja, são previamente estipulados para a seleção da amostra de setores.

Os demais municípios foram selecionados com probabilidades proporcionais à proporção de população residente de 9 anos ou mais de idade do município em relação à população de 9 anos ou mais de idade no estrato (alocação por estratos TIC de acordo com Tabela 3) a que pertence, descontados do cálculo de total do estrato os municípios das capitais e dos 27 municípios do programa Cidades Digitais que entram com certeza na amostra.

Para minimizar a variabilidade dos pesos, foram estabelecidos cortes dessa medida de tamanho da seguinte forma:

- Se a proporção de população de 9 anos ou mais de idade no município for inferior ou igual a 0,01, adota-se a medida de 0,01;
- Se a proporção de população de 9 anos ou mais de idade no município for superior a 0,01 e inferior ou igual a 0,20, adota-se como medida a proporção observada; e
- Se a proporção de população de 9 anos ou mais de idade no município for superior a 0,20, adota-se a medida de 0,20.

A medida de tamanho para a seleção de municípios pode ser resumida na forma:

$$M_{hi} = \begin{cases} 1, & \text{se é município da capital, Cidade Digital ou município autorrepresentativo} \\ 0,01, & \text{se } \frac{P_{hi}}{\sum_h P_{hi}} \leq 0,01 \\ \frac{P_{hi}}{\sum_h P_{hi}}, & \text{se } 0,01 < \frac{P_{hi}}{\sum_h P_{hi}} \leq 0,20 \\ 0,20, & \text{se } \frac{P_{hi}}{\sum_h P_{hi}} > 0,20 \end{cases}$$

Onde:

M_{hi} é a medida de tamanho utilizada para o município i do estrato h ;

P_{hi} é o total de população de 9 anos ou mais de idade do município i do estrato h ;

$\sum_h P_{hi}$ é a soma da população de 9 anos e mais de idade no estrato h – desconsiderando as capitais, municípios do programa Cidades Digitais e os municípios autorrepresentativos.

Para a seleção dos municípios foi utilizado o Método de Amostragem Sistemática com PPT (SÄRNDAL et al, 1992), considerando as medidas e a estratificação apresentadas.

SELEÇÃO DE SETORES CENSITÁRIOS

A seleção de setores censitários foi feita de forma sistemática e com probabilidades proporcionais ao número de domicílios particulares permanentes no setor, segundo o Censo Demográfico de 2010. Da mesma forma que na seleção de municípios, a medida de tamanho foi modificada, visando reduzir a variabilidade das probabilidades de seleção de cada setor, a saber:

- Se o número de domicílios particulares permanentes no setor censitário for inferior ou igual a 50, adota-se a medida de 50;
- Se o número de domicílios particulares permanentes no setor censitário for superior a 50 e inferior ou igual a 600, adota-se a medida observada; e
- Se o número de domicílios particulares permanentes no setor censitário for superior a 600, adota-se a medida de 600.

Devido aos custos associados à coleta de informações em áreas rurais, notadamente nas regiões Norte e Nordeste, foi ainda utilizada uma redução de 50% na medida de tamanho de setores do tipo rural.

A medida de tamanho para a seleção de setores censitários pode ser resumida na forma:

$$SC_{ij} = \begin{cases} 50, & \text{se } \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} \leq 50 \\ 25, & \text{se } \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} \leq 50 \text{ e é setor rural} \\ \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}}, & \text{se } 50 < \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} \leq 600 \\ \frac{D_{ij}}{2 \times \sum_i D_{ij}}, & \text{se } 50 < \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} \leq 600 \text{ e é setor rural} \\ 300, & \text{se } \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} > 600 \text{ e é setor rural} \\ 600, & \text{se } \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} > 600 \end{cases}$$

Onde:

SC_{ij} é a medida de tamanho utilizada no plano para o setor censitário j do município i ; e

D_{ij} é o total de domicílios particulares permanentes do setor censitário j do município i .

Assim como na seleção de municípios, para a seleção de setores censitários foi utilizado o Método de Amostragem Sistemática com PPT (SÄRNDAL et al, 1992). O programa estatístico SPSS foi utilizado para efetuar a seleção, considerando as medidas e a estratificação apresentadas.

SELEÇÃO DOS DOMICÍLIOS E RESPONDENTES

A seleção de domicílios particulares permanentes e moradores dentro de cada setor foram feitas por amostragem aleatória simples. Numa primeira etapa de trabalho, os entrevistadores efetuaram procedimento de listagem ou arrolamento de todos os domicílios existentes no setor, para obter um cadastro completo e atualizado. Ao fim desse procedimento, cada domicílio encontrado no setor recebeu um número sequencial de identificação entre 1 e D_{ji} , sendo que D_{ji} denota o número total de domicílios encontrados no setor j do município i . Após esse levantamento atualizado da quantidade de domicílios por setor censitário selecionado, foram selecionados aleatoriamente 15 domicílios por setor que seriam visitados para entrevista. Todos os domicílios da amostra deveriam responder ao questionário TIC Domicílios – Módulo A: informações TIC para o domicílio.

Para a atribuição de qual pesquisa seria aplicada no domicílio (TIC Domicílios – Usuários ou TIC Kids Online Brasil), todos os moradores de cada domicílio informante da pesquisa foram listados e a pesquisa foi selecionada da seguinte maneira:

1. Quando não havia moradores com faixa etária entre 9 e 17 anos, foi realizada a entrevista da pesquisa TIC Domicílios, com morador de 18 anos ou mais selecionado aleatoriamente entre os moradores do domicílio;
2. Quando havia moradores com faixa etária entre 9 e 17 anos, foi gerado um número aleatório entre 0 e 1, e:
 - a. Se o número gerado fosse menor ou igual a 0,54, a entrevista da pesquisa TIC Kids Online Brasil foi realizada com morador de 9 a 17 anos de idade selecionado aleatoriamente entre os moradores do domicílio nessa faixa etária;
 - b. Se o número gerado fosse maior do que 0,54 e menor ou igual a 0,89, a entrevista da pesquisa TIC Domicílios foi realizada com morador de 10 a 17 anos de idade selecionado aleatoriamente entre os moradores do domicílio nessa faixa etária²;
 - c. Se o número gerado fosse maior do que 0,89, a entrevista da pesquisa TIC Domicílios foi realizada com morador de 18 anos ou mais de idade selecionado aleatoriamente entre os moradores do domicílio nessa faixa etária.

² Em domicílios selecionados para realização da pesquisa TIC Domicílios (com um morador de 10 a 17 anos) que só tenham moradores de 9 de idade, além de maiores de 18 anos, deve-se realizar a pesquisa TIC Domicílios com um morador de 18 anos ou mais de idade selecionado aleatoriamente.

A seleção de moradores em cada domicílio selecionado foi realizada após a listagem dos moradores. Para a seleção dos respondentes da TIC Domicílios e da TIC Kids Online Brasil foi utilizada a solução desenvolvida em *tablet* na edição de 2015, que faz a seleção aleatória dos moradores entre os listados que forem elegíveis para a pesquisa definida *a priori* para determinado domicílio, o que equivale à seleção do morador a ser entrevistado por amostragem aleatória simples sem reposição.

Na pesquisa TIC Kids Online Brasil, além da entrevista com a criança ou adolescente de 9 a 17 anos de idade, foi realizada uma entrevista com seu pai, mãe ou pessoa responsável – o morador que é declarado como o mais indicado para falar sobre o dia a dia da criança ou adolescente selecionado.

COLETA DE DADOS EM CAMPO

MÉTODO DE COLETA

Na edição de 2015, a coleta dos dados foi realizada com o método CAPI (do inglês *Computer-Assisted Personal Interviewing*), que consiste em ter o questionário programado em um *software* para *tablet* e aplicado por entrevistadores em interação face a face. Para as seções de autopreenchimento foi utilizado o modo de coleta CASI (do inglês *Computer-Assisted Self Interviewing*), em que o próprio respondente utiliza o *tablet* para responder às perguntas, sem interação com o entrevistador.

DATA DE COLETA

A coleta de dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2015 ocorreu entre novembro de 2015 e junho de 2016, em todo o território nacional.

PROCEDIMENTOS E CONTROLE DE CAMPO

Diversas ações foram realizadas a fim de garantir a maior padronização possível na forma de coleta de dados em todo o Brasil e, assim, minimizar os possíveis erros não amostrais. Alguns exemplos são citados a seguir.

IMPOSSIBILIDADE DE COMPLETAR ENTREVISTAS NOS SETORES CENSITÁRIOS

Nos casos de impossibilidade de acesso ao setor como um todo, tais setores foram considerados como perdas. Segue um resumo dessas situações, definidas a partir de ocorrências previstas no planejamento e das situações ocorridas durante a coleta de dados:

- Tráfico de drogas, Unidade de Polícia Pacificadora (UPP);
- Sem acesso aos moradores (condomínio fechado, prédio, fazenda);
- Setor sem domicílios;
- Chuvas, áreas de risco, bloqueio do acesso;
- Setor com perfil comercial, vazio.

IMPOSSIBILIDADE DE REALIZAR ENTREVISTAS NO DOMICÍLIO

A seleção dos domicílios a serem abordados para realização de entrevistas foi realizada a partir da quantidade de domicílios particulares encontrados pela contagem realizada no momento do arrolamento. Considerando as abordagens nos domicílios, foram feitas até quatro visitas em dias e horários diferentes para tentativa de realização da entrevista.

As revisitas nos domicílios foram realizadas diante das seguintes ocorrências:

- Ausência de morador no domicílio;
- Impossibilidade de algum morador atender o entrevistador;
- Impossibilidade de o morador selecionado atender o entrevistador;
- Ausência da pessoa selecionada;
- Recusa do porteiro ou síndico (em condomínio ou prédio);
- Recusa de acesso ao domicílio.

Em alguns casos, como nos relacionados a seguir, houve a impossibilidade de realização de entrevista no domicílio selecionado mesmo após a quarta visita:

- Pessoa selecionada viajando, com ausência prolongada superior ao período da pesquisa;
- Pessoa selecionada inapta a responder o questionário;
- Recusa da pessoa selecionada;
- Domicílio vazio ou desocupado;
- Domicílio com função diferente de moradia (comércio, escritório, clínica, etc.);
- Domicílio de veraneio ou utilizado em período de férias;
- Recusa do porteiro ou síndico (em condomínio ou prédio).

Considerando o método utilizado, em que há uma lista de domicílios previamente selecionados a serem percorridos, a taxa de resposta foi de 71%.

Vale mencionar que alguns setores apresentaram dificuldade em atingir a taxa de resposta esperada, mesmo tomando ações para minimizar alguns problemas, como no caso de setores com grande número de prédios ou condomínios, onde há maior dificuldade de acesso aos domicílios. Nesses casos, a estratégia tomada consistiu no envio de carta, via Correios, direcionada aos domicílios selecionados nesses setores. Essa carta continha informações sobre a pesquisa, com o objetivo de sensibilizar os respectivos moradores a participarem da pesquisa.

PROCESSAMENTO DE DADOS

PROCEDIMENTOS DE PONDERAÇÃO

O peso amostral básico de cada unidade de seleção – município ou setor censitário – foi calculado separadamente para cada estrato, considerando o inverso da probabilidade de seleção descrita anteriormente.

PONDERAÇÃO DOS MUNICÍPIOS

Considerando a descrição do método de seleção dos municípios, o peso básico de cada município em cada estrato da amostra é dado pela fórmula:

$$w_{hi} = \begin{cases} 1 & , \text{ se é município da capital, Cidade Digital ou município autorrepresentativo} \\ \frac{T_h}{n_h \times M_{hi}} & , \text{ caso contrário} \end{cases}$$

Onde:

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

T_h é o total das medidas de tamanho dos municípios não autorrepresentativos no estrato h , tal que $T_h = \sum_h M_{hi}$;

M_{hi} é a medida de tamanho do município i no estrato h ; e

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

Em caso de não resposta de algum município, aplica-se a correção de não resposta dada pela fórmula:

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

Onde:

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

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

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

Considera-se o estrato TIC (os 36 estratos dispostos na Tabela 3) no caso de não resposta de municípios de capitais, autorrepresentativos ou municípios do programa Cidades Digitais, ou seja, aqueles municípios que entraram com certeza na amostra.

PONDERAÇÃO DOS SETORES CENSITÁRIOS

Em cada município selecionado para a pesquisa foram selecionados no mínimo dois setores censitários para participar da pesquisa. A seleção foi feita com probabilidade proporcional ao número de domicílios particulares permanentes no setor censitário. Sendo assim, o peso básico de cada setor censitário em cada município da amostra é dado pela fórmula:

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

Onde:

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

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

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

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

A correção de não resposta aplicada para não resposta completa de algum setor na amostra é dada pela fórmula:

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

Onde:

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

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

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

PONDERAÇÃO DOS DOMICÍLIOS

Nos setores censitários da amostra, a seleção de domicílios se deu de forma aleatória. Em cada setor censitário foram selecionados 15 domicílios segundo critérios para participação em uma das duas pesquisas em campo: TIC Domicílios e TIC Kids Online Brasil, conforme já mencionado. O peso do domicílio foi calculado a partir das probabilidades de seleção, da seguinte forma:

- O primeiro fator da construção de pesos dos domicílios corresponde à estimativa do total de domicílios elegíveis no setor censitário. Consideram-se elegíveis os domicílios particulares permanentes e que possuem população apta a responder às pesquisas

(excluem-se domicílios apenas com indivíduos que não se comuniquem em português ou que apresentem outras condições que impossibilitem a realização da pesquisa).

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

Onde:

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

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

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

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

- O segundo fator corresponde ao total de domicílios elegíveis com pesquisa realizada no setor censitário j do município i do estrato h , D_{hij}^{RE} .
- O peso de cada domicílio, w_{hij}^d no setor censitário j do município i do estrato h é dado por:

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

PONDERAÇÃO DOS INFORMANTES EM CADA DOMICÍLIO E PESQUISA

Em cada domicílio selecionado, uma das pesquisas (TIC Domicílios ou TIC Kids Online Brasil) foi aplicada de acordo com a composição do domicílio e um processo aleatório de seleção de pesquisas e informantes. O peso básico de cada informante em cada pesquisa é dado pelas fórmulas a seguir.

PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL

$${}^{KID}w_{hij}^d = \frac{1}{0,54} \times NP(9-17)_{hij}^d$$

Onde:

${}^{KID}w_{hij}^d$ é o peso do respondente de 9 a 17 anos no domicílio d do setor censitário j do município i do estrato h ; e

$NP(9-17)_{hij}^d$ é o número de pessoas na faixa etária de 9 a 17 anos no domicílio d do setor censitário j do município i do estrato h .

Observação: o peso dos pais ou responsáveis é o mesmo da criança ou adolescente de 9 a 17 anos, uma vez que não é selecionado, mas sim declarado como o morador que mais conhece a rotina da criança ou adolescente selecionado.

PESQUISA TIC DOMICÍLIOS (com morador de 10 a 17 anos de idade)

$${}^{D10-17}w_{hij}^d = \frac{1}{0,35 \times (1-p^*)} \times NP(10-17)_{hij}^d$$

Onde:

${}^{D10-17}w_{hij}^d$ é o peso do respondente de 10 a 17 anos no domicílio d do setor censitário j do município i do estrato h ; e

$NP(10-17)_{hij}^d$ é o número de pessoas na faixa etária de 10 a 17 anos no domicílio d do setor censitário j do município i do estrato h .

PESQUISA TIC DOMICÍLIOS (com morador de 18 anos ou mais de idade)

$${}^{D18}w_{hij}^d = \frac{1}{0,11 + (p^* \times 0,35)} \times NP(18 \text{ ou mais})_{hij}^d$$

Onde:

${}^{D18}w_{hij}^d$ é o peso do respondente de 18 anos ou mais de idade no domicílio d do setor censitário j do município i do estrato h ;

$NP(18 \text{ ou mais})_{hij}^d$ é o número de pessoas na faixa etária de 18 anos ou mais de idade no domicílio d do setor censitário j do município i do estrato h .

* Esse valor refere-se à estimativa da proporção de domicílios com apenas moradores de 9 anos de idade em relação ao total de domicílios com população de 9 a 17 anos de idade, obtida por meio dos microdados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Pnad (IBGE, 2016). Nos domicílios selecionados para realização da TIC Domicílios – Usuários (com moradores de 10 a 17 anos de idade) que só tenham moradores de 9 anos de idade, além de maiores de 18 anos, deve-se realizar a pesquisa TIC Domicílios – Usuários com um morador de 18 anos ou mais de idade selecionado aleatoriamente.

PESO FINAL DE CADA REGISTRO

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

Peso do domicílio:

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

Peso do informante da pesquisa TIC Kids Online Brasil:

$$w_{hijDk} = w_{hi}^* \times w_{hij}^* \times w_{hij}^d \times {}^{KID}w_{hij}^d$$

Peso do informante da pesquisa TIC Domicílios (com morador de 10 a 17 anos de idade):

$$w_{hijDk} = w_{hi}^* \times w_{hij}^* \times w_{hij}^d \times {}^{D10-17}w_{hij}^d$$

Peso do informante da pesquisa TIC Domicílios (com morador de 18 anos ou mais de idade):

$$w_{hijDk} = w_{hi}^* \times w_{hij}^* \times w_{hij}^d \times {}^{D18}w_{hij}^d$$

CALIBRAÇÃO DA AMOSTRA

Os pesos das entrevistas foram calibrados de forma a refletir algumas estimativas de contagens populacionais conhecidas, obtidas nos microdados da Pnad 2014. Esse procedimento visa, juntamente com a correção de não resposta, corrigir vieses associados a não resposta de grupos específicos da população.

Alguns indicadores da pesquisa referem-se a domicílios e outros a indivíduos. As variáveis consideradas para a calibração dos pesos domiciliares foram: área (urbana ou rural), estrato TIC (os 36 estratos dispostos na Tabela 3), tamanho do domicílio em número de moradores (seis categorias: 1, 2, 3, 4, 5, 6 ou mais moradores) e grau de instrução do chefe do domicílio (analfabeto ou Educação Infantil, Ensino Fundamental, Ensino Médio ou Ensino Superior).

Para a calibração dos pesos dos indivíduos da pesquisa TIC Kids Online Brasil foram consideradas as variáveis sexo, faixa etária em quatro níveis (de 9 e 10 anos, de 11 e 12 anos, de 13 e 14 anos, de 15 a 17 anos), área (urbana ou rural) e região (Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste).

Já para a calibração dos pesos dos indivíduos da pesquisa TIC Domicílios foram consideradas as variáveis sexo, faixa etária em seis níveis (de 10 a 15 anos, de 16 a 24 anos, de 25 a 34 anos, de 35 a 44 anos, de 45 a 59 anos e de 60 anos ou mais), área (urbana ou rural), estratos TIC, condição de atividade em dois níveis (PEA e não PEA) e grau de instrução em quatro níveis (analfabeto ou Educação Infantil, Ensino Fundamental, Ensino Médio ou Ensino Superior)

A calibração dos pesos foi implementada utilizando a função *calibrate* da biblioteca *survey* (LUMLEY, 2010), disponível no *software* estatístico livre R.

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 et al (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 base nesse conceito, 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).

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

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

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

DISSEMINAÇÃO DOS DADOS

Os resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil estão publicados em livro e são disponibilizados no *site* do Cetic.br (<http://www.cetic.br>) com o objetivo de prover o governo, a academia e outros interessados com informações sobre o uso de Internet por crianças e adolescentes. As margens de erro calculadas para cada indicador estarão apenas disponíveis no *site* do Cetic.br.

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

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

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

Para os indicadores comparáveis com os das edições anteriores, a significância das estimativas entre os anos estudados pode ser avaliada por meio do valor absoluto da estatística padronizada t .

$$t = \frac{\hat{T}_2 - \hat{T}_1}{\sqrt{\hat{V}(\hat{T}_2 - \hat{T}_1)}}$$

Para um valor de t maior que $Z_{\alpha/2}$, diz-se que a diferença $T_2 - T_1$ é diferente de zero, ao nível de significância α .

REFERÊNCIAS

- BOLFARINE, H.; BUSSAB, W. O. *Elementos de amostragem*. São Paulo: Blucher, 2005.
- BORGERS, N.; DE LEEUW, E.; HOX, J. "Children as respondents in survey research: cognitive development and response quality". *Bulletin de Methodologie Sociologique*, v. 66, p. 60-75, 2000.
- BRASIL. *Cidades Digitais*. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/cidades-digitais>>. Acesso em: 19 ago. 2016.
- CAMPANELLI, P. "Testing survey questions". In DE LEEUW, E. D.; HOX, J. J.; DILLMAN, D. A. (Org.). *International Handbook of Survey Methodology*. Nova Iorque: Routledge, p. 176-200, 2008.
- COCHRAN, W. G. *Sampling Techniques*. 3ª ed. Nova Iorque: John Wiley & Sons, 1977.
- DE LEEUW, E. D.; BORGERS, N.; SMITS, A. "Pretesting questionnaires for children and adolescents". In. PRESSER, S.; COUPER, M. P.; LESSLER, J. T.; MARTIN, E.; MARTIN, J.; ROTHGEB, J. M.; SINGER, E. (org.). *Methods for testing and evaluating survey questionnaires*. Nova Iorque: John Wiley, p. 409-429, 2004.
- DE LEEUW, E. D.; OTTER, M. E. "The reliability of children's responses to questionnaire items: question effects in children questionnaire data". In. HOX, J. J.; VAN DER MEULEN, B. F.; JANSSENS, J. M. A. M.; TER LAAK, J. J. F.; TAVECCHIO, L. W. C. (Org.). *Advances In family research*. Amsterdã: Thesis Publishers, p. 251-258, 1995.
- HANSEN, M. H.; HURWITX, W. N.; MADOW, W. G. *Sample Survey Methods and Theory*. Nova Iorque: Wiley, 1953.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Pesquisa Nacional por Amostra De Domicílios – Pnad*. Disponível em: <http://downloads.ibge.gov.br/downloads_estatisticas.htm>. Acesso em: 9 set. 2016.
- 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.
- LUMLEY, T. *Complex Surveys: a guide to analysis using R*. Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2010.
- SÄRNDAL, C.; SWENSSON, B.; WRETMAN, J. *Model Assisted Survey Sampling*. Nova Iorque: Springer Verlag, 1992.
- UNIÃO INTERNACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES – UIT. *Manual for measuring ICT access and use by households and individuals 2014*. Disponível em: <http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ITCMEAS-2014-PDF-E.pdf>. Acesso em: 9 set. 2016.

ANÁLISE DOS RESULTADOS TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015

APRESENTAÇÃO

Em 2015, cerca de oito em cada dez crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos utilizaram a Internet, o que corresponde a 23,4 milhões de usuários¹ em todo o país. Com a rápida disseminação do uso da rede entre os jovens, o debate sobre os riscos e oportunidades associados a esse uso tem ganhado crescente repercussão na agenda governamental e da sociedade como um todo.

Nas últimas décadas, o surgimento de estudos empíricos sobre o comportamento *on-line* de crianças e adolescentes também tem possibilitado um olhar mais sofisticado sobre o tema – em parte oriundo da utilização de grandes bases de dados no nível desagregado (GALPERIN et al, 2014). Tais investigações encontraram uma correlação positiva entre riscos e oportunidades, de maneira que esforços para promover oportunidades podem trazer consigo maiores riscos, assim como as tentativas de minimizar os riscos podem – de forma inadvertida – reduzir os benefícios associados ao uso da rede (LIVINGSTONE et al, 2015, p. 6).

Além disso, o debate sobre a inclusão digital redirecionou seu foco de atenção das desigualdades de acesso à compreensão de diferenças nos usos e competências digitais. A crítica a uma visão mais restrita do fosso digital lança luz sobre um segundo nível de exclusão (*second-level digital divide*, em inglês), que passa a ser identificado também entre aqueles que venceram a barreira do acesso (VAN DIJK, 2005; DIMAGGIO et al, 2004). Desse ponto de vista, características sociodemográficas dos indivíduos, como sexo, renda e faixa etária, diferenças motivacionais e distintas habilidades para o uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC), produzem usos desiguais, mesmo entre aqueles que já possuem acesso à rede (VAN DIJK, 2005).

Com o maior detalhamento das investigações empíricas sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes, novas questões emergem, ainda que velhos problemas se mantenham relevantes. Por um lado, a persistência de uma parcela importante de jovens desconectados exige das políticas públicas esforços relevantes no sentido da promoção da igualdade de oportunidades *on-line*. Investigar o perfil de não usuários, ou aqueles que não venceram a primeira barreira

¹ São considerados usuários de Internet os indivíduos que utilizaram a rede ao menos uma vez nos três meses anteriores à entrevista, conforme definição da União Internacional de Telecomunicações (UIT, 2014).

da inclusão digital, segue sendo um aspecto prioritário em países como o Brasil – tema que passamos a discutir com maior profundidade nesta edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil.

Ao mesmo tempo, o avanço do acesso à Internet por meio de dispositivos móveis, em especial o telefone celular, tem reconfigurado práticas *on-line*. Com o crescimento do percentual de crianças e adolescentes que utilizam a rede somente por meio de telefones celulares, torna-se ainda mais importante investigar a relação entre a “ecologia digital” (LIVINGSTONE et al, 2015) em que os jovens se inserem e sua relação com as oportunidades geradas por sua experiência na Internet.

Também do ponto de vista dos riscos, a persistência de desafios já conhecidos convive com a relevância de agendas ainda pouco exploradas. Entre as questões que exigem maior atenção dos investigadores estão a privacidade e a proteção de dados pessoais *on-line*. Com o avanço do uso de plataformas e aplicações em que a coleta de informações pessoais é parte do modelo de negócios, a promoção de competências entre crianças e adolescentes, pais, responsáveis e educadores, para que possam lidar com esse novo cenário, apresenta-se como elemento central. Outro tema emergente, investigado com maior detalhe nesta edição da pesquisa TIC Kids Online Brasil, é a exposição de crianças e adolescentes a conteúdos de intolerância e ao discurso de ódio na rede.

NOVO MODELO E NOVAS PERGUNTAS DE PESQUISA

De forma a refletir o novo cenário de uso e apropriação da Internet entre crianças e adolescentes, o marco conceitual utilizado pela rede europeia EU Kids Online², que deu origem à pesquisa TIC Kids Online Brasil em 2012, passou por um processo de revisão e atualização (LIVINGSTONE et al, 2015). O referencial segue organizado a partir de uma perspectiva multinível, em que se combinam indicadores nos âmbitos individual e social, além do contexto do país.

No nível individual, o modelo concentra-se na influência de aspectos demográficos e psicossociais de crianças e adolescentes para o entendimento das condições do seu acesso à Internet, bem como da natureza da sua experiência digital – práticas e habilidades *on-line*, e as oportunidades e riscos que enfrentam. Em sua nova versão, o modelo reforça o equilíbrio entre oportunidades e riscos, além de explorar como a experiência *on-line* afeta o bem-estar e a garantia dos direitos de crianças e adolescentes.

No nível social, o modelo reconhece que a vida das crianças – incluindo suas vidas *on-line* – é afetada por circunstâncias sociais. Aspectos como a família, a escola, a relação com os pares e o engajamento na comunidade surgem como elementos que ajudam a compreender as experiências digitais das crianças e quais são os resultados para seu bem-estar. Nesse sentido, ganham destaque no novo *framework* variáveis que agregam fatores explicativos para além de aspectos individuais.

Por fim, o modelo mantém a relevância do contexto do país investigado, incluindo uma gama de variáveis estruturais que permitem a gestores públicos de um país aprenderem com as melhores práticas ou problemas encontrados em outro contexto (LIVINGSTONE et al, 2015).

² Mais informações sobre a pesquisa e seu enquadramento teórico em: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>. Acesso em: 25 set. 2016.

TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015

DESTAQUES

CONECTIVIDADE

Em 2015, oito em cada dez crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos (79%) eram usuários de Internet, o que corresponde a 23,4 milhões de usuários em todo o país. Apesar da rápida disseminação das mídias digitais entre a população jovem, os resultados apontam a existência de disparidades regionais e socioeconômicas importantes no acesso e uso da rede: enquanto 84% dos jovens em áreas urbanas eram usuários de Internet, essa proporção era de 56% para os que residem em áreas rurais.



EXCLUSÃO DIGITAL

A pesquisa estima que, em 2015, cerca de 6,3 milhões de crianças e adolescentes não eram usuários de Internet, sendo que cerca de 3,6 milhões nunca acessaram a rede. A falta de disponibilidade de Internet no domicílio surge como principal motivo para não utilizar a Internet: 15% das crianças – o equivalente a 4,5 milhões de pessoas – mencionaram que a falta de acesso à rede em seus domicílios era responsável por mantê-los desconectados.

HABILIDADES E USO DA INTERNET POR DISPOSITIVOS MÓVEIS

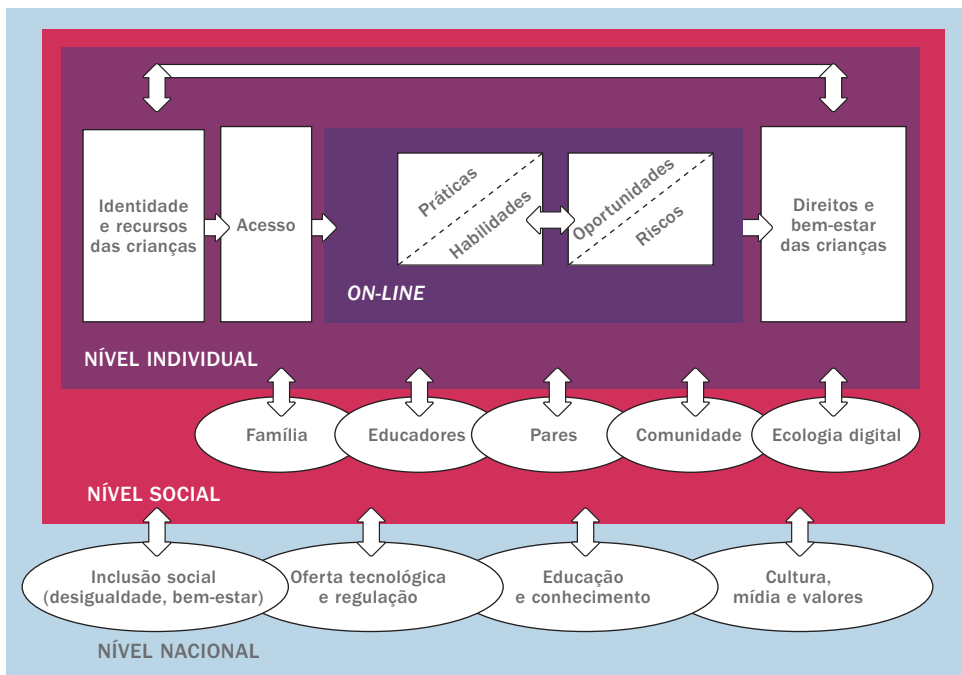
A proporção de crianças e adolescentes que acessaram a Internet por meio de telefones celulares se manteve estável em 2015, com 85% dos usuários da rede, depois de dois aumentos substantivos nas edições anteriores. As principais habilidades reportadas por crianças e adolescentes de 11 a 17 anos estavam relacionadas ao uso de dispositivos móveis, como conectar-se a uma rede WiFi (88%), baixar ou instalar aplicativos (86%) e colocar senha nos aparelhos (82%).



INTOLERÂNCIA E DISCURSO DE ÓDIO NA REDE

Quatro em cada dez crianças e adolescentes usuários de Internet (40%) declararam ter visto alguém ser discriminado na Internet nos 12 meses anteriores à realização da pesquisa – o equivalente a 9,3 milhões de crianças. O contato com situações de discriminação é menos citado entre os mais novos e aumenta entre os mais velhos. O preconceito de cor ou raça foi o mais mencionado (25%) entre os que viram alguém ser discriminado. Entre crianças e adolescentes usuários de Internet, 20% responderam que foram tratados de forma ofensiva na Internet e, por sua vez, 12% agiram de forma ofensiva na rede.



FIGURA 1
MODELO EU KIDS ONLINE REVISADO

FONTE: LIVINGSTONE ET AL (2015).

A pesquisa TIC Kids Online Brasil chega à sua quarta edição tendo como referência a versão atualizada do modelo EU Kids Online – que também passou a ser adotada por novos projetos engajados na produção de pesquisas comparáveis sobre crianças e adolescentes *on-line*, como o Global Kids Online³ e os projetos da rede Kids Online América Latina⁴.

O relatório apresenta os principais resultados coletados pela pesquisa TIC Kids Online Brasil 2015, bem como traz comparação com os principais indicadores dos estudos realizados nos anos anteriores, dentro das seguintes temáticas:

- Conectividade e dinâmicas de acesso;
- Oportunidades e atividades *on-line*;
- Práticas de comunicação e redes sociais;
- Habilidades para o uso crítico da rede;
- Riscos e danos;
- Mediação.

³ Global Kids Online é um projeto de pesquisa internacional desenvolvido pela London School of Economics, Unicef Office of Research e rede acadêmica EU Kids Online, com o objetivo de produzir um conjunto de ferramentas para pesquisadores de todo o mundo na coleta de dados sobre oportunidades, riscos e direitos de crianças e adolescentes na era digital. Mais informações sobre o projeto em: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/Global-Kids-Online.aspx>>. Acesso em: 25 set. 2016.

⁴ Kids Online América Latina é uma rede latino-americana de pesquisadores criada com o objetivo de discutir abordagens metodológicas e apoiar a produção de indicadores e pesquisas quantitativas e qualitativas sobre crianças e adolescentes *on-line* em países da região. Entre as entidades que apoiam institucionalmente o projeto estão a rede acadêmica EU Kids Online, o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e a Comissão Econômica para a América Latina (Cepal).

CONECTIVIDADE E DINÂMICAS DE ACESSO

ACESSO À INTERNET E EXCLUSÃO DIGITAL

Em sua quarta edição, de modo a contemplar a demanda por dados relevantes para a promoção da igualdade de oportunidades *on-line*, a pesquisa TIC Kids Online Brasil passou a produzir estimativas sobre o acesso à Internet por crianças e adolescentes, bem como a investigar de forma mais aprofundada os desafios para a inclusão digital desse público.

Ao longo dos últimos 11 anos, a pesquisa TIC Domicílios tem apontado que a proporção de usuários de Internet⁵ no país tem crescido de forma constante. Os indicadores sobre acesso e uso da rede também têm indicado que a proporção de crianças e adolescentes conectadas permanece acima da média brasileira. Em 2015, a proporção de brasileiros acima de 10 anos que eram usuários de Internet no país foi de 58% (CGI.br, 2016b). Já a TIC Kids Online Brasil estima que, no mesmo ano, 79% das crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos eram usuários de Internet, o que corresponde a 23,4 milhões em todo o país (Tabela 1).

Apesar da rápida disseminação e adoção das mídias digitais entre a população em geral, desigualdades regionais já identificadas pela TIC Domicílios ao longo de sua série histórica (CGI.br, 2016b) também podem ser observadas entre a população mais jovem. A TIC Kids Online Brasil 2015 confirma essa dinâmica: entre os indivíduos de 9 a 17 anos residentes em áreas urbanas do país, 84% eram usuários de Internet. Essa proporção era de 56% entre aqueles que residiam em áreas rurais.

Os resultados da pesquisa também apontam a existência de disparidades regionais importantes no acesso e uso da rede entre jovens. As regiões Sul (90%), Sudeste (88%) e Centro-Oeste (84%) apresentaram percentuais de usuários de Internet em patamares superiores aos encontrados nas regiões Nordeste (70%) e Norte (54%).

TABELA 1
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES,
POR ÁREA E REGIÃO - PROPORÇÃO E ESTIMATIVA EM MILHÕES (2015)

		Proporção (%)	Estimativa (Milhões)
TOTAL		79	23,4
ÁREA	Urbana	84	20,4
	Rural	56	3,0
REGIÃO	Sudeste	88	9,9
	Nordeste	70	6,4
	Sul	90	3,5
	Norte	54	1,7
	Centro-Oeste	84	1,9

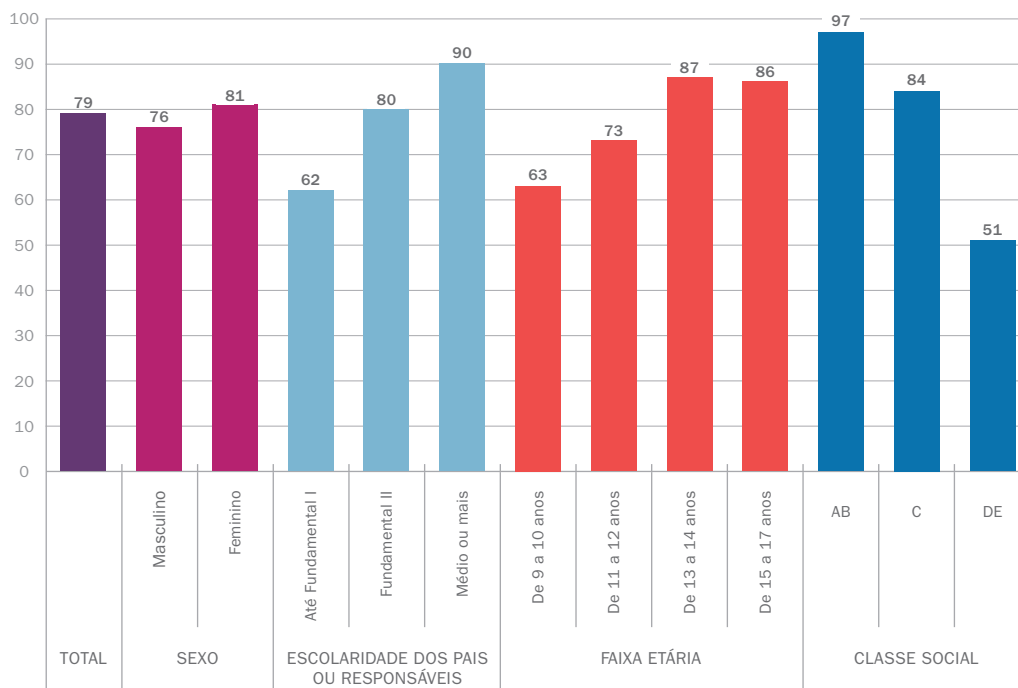
⁵ Considerando-se a população residente em domicílios particulares permanentes no Brasil, com 10 anos ou mais, que utilizou a rede nos três meses que antecederam a pesquisa.

Assim como observado com relação à divisão regional do país, o aspecto socioeconômico também exerce influência sobre o acesso à Internet por crianças e adolescentes. Em 2015, metade das crianças e adolescentes pertencentes às classes DE (51%) era considerada usuária de Internet. Essa proporção atingiu 84% entre as crianças e adolescentes da classe C e 97% entre aqueles das classes AB.

A proporção de usuários de Internet também foi maior entre crianças e adolescentes cujos pais ou responsáveis possuíam maior grau de instrução: enquanto 62% das crianças cujos pais possuíam Ensino Fundamental I eram usuárias de Internet, esse valor era de 80% e 90%, respectivamente, entre aquelas cujos pais possuíam Ensino Fundamental II e Ensino Médio ou mais.

A TIC Kids Online Brasil 2015 indica ainda que o uso da Internet apresenta diferenças importantes de acordo com a faixa etária dos respondentes. Enquanto dois terços dos jovens de 9 a 10 anos de idade eram considerados usuários da rede (63%), essa proporção era de 73% entre crianças de 11 a 12 anos, 87% entre os adolescentes de 13 a 14 anos e 86% na faixa de 15 a 17 anos. Não foram identificadas disparidades importantes entre o sexo feminino (81%) e masculino (76%) no nível do acesso à Internet (Gráfico 1).

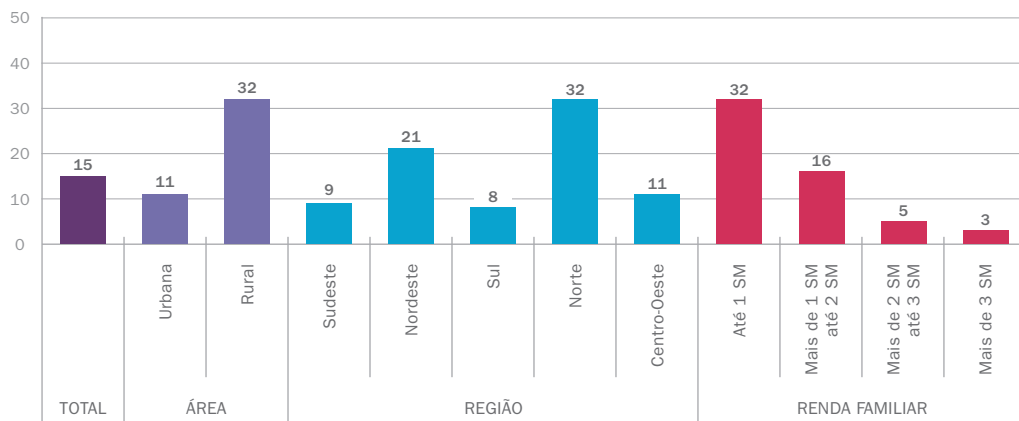
GRÁFICO 1
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES (2015)
Percentual sobre o total de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos



A pesquisa estima que, em 2015, cerca de 6,3 milhões de crianças e adolescentes não eram usuários de Internet, sendo que cerca de 3,6 milhões nunca acessaram a rede – o que corresponde a 12% da população entre 9 e 17 anos de idade. Cabe ressaltar que os percentuais de jovens não usuários da rede foram maiores entre crianças e adolescentes em áreas rurais (44%), na região Norte (46%), em famílias com renda de até um salário mínimo (42%) e pertencentes às classes DE (49%).

A falta de disponibilidade de Internet no domicílio surge como principal motivo para não utilizar a Internet: 15% das crianças e adolescentes – o equivalente a 4,5 milhões de jovens – mencionaram que a falta de acesso à rede em seus domicílios era um fator importante para mantê-los desconectados. Em linha com outros indicadores de exclusão digital, a falta de disponibilidade de Internet no domicílio foi citada por 32% das crianças e adolescentes em áreas rurais, 21% das crianças da região Nordeste e 32% da região Norte, 37% das crianças das classes DE e 32% dos jovens de famílias com renda de até um salário mínimo (Gráfico 2). Esses resultados refletem desafios já conhecidos quanto ao desenvolvimento da infraestrutura adequada para o fornecimento do serviço no país, além do seu alto custo para o orçamento de muitas famílias, conforme apontado pela pesquisa TIC Domicílios (CGI.br, 2016b).

GRÁFICO 2
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE NÃO ACESSARAM A INTERNET
POR FALTA DE DISPONIBILIDADE NO DOMICÍLIO (2015)
Percentual sobre o total de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos



Também foram mencionados como motivos para não uso da Internet: falta de disponibilidade de Internet em outros locais que frequentam (10%), falta de habilidade para o uso da rede (9%), falta de permissão para usar a Internet na escola (8%), percepção de que a Internet não é destinada ou adequada a jovens (7%), falta de permissão dos pais ou responsáveis para usar a Internet (6%), porque os amigos não utilizam a Internet (4%), experiências *on-line* negativas no passado (3%) e por causa da religião à qual pertencem (3%).

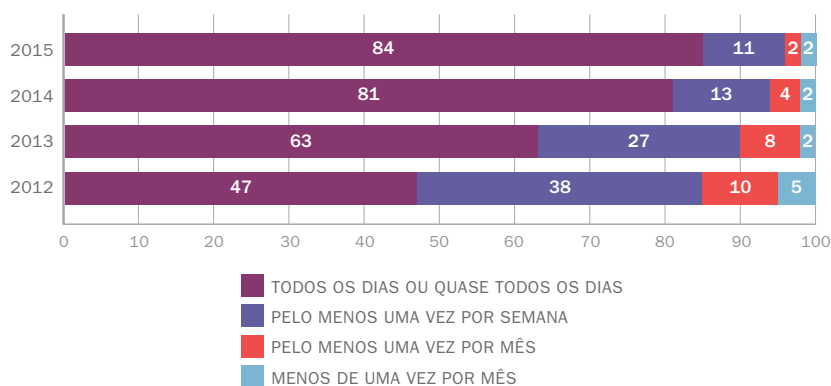
De modo geral, os dados apresentados acima indicam que desigualdades regionais e socioeconômicas presentes no contexto brasileiro ainda constituem um desafio importante para a inclusão digital de crianças e adolescentes. Os resultados merecem, portanto, a atenção de políticas públicas que promovam mais oportunidades de acesso às mídias digitais, dado que tais disparidades tendem a refletir cada vez mais dinâmicas já conhecidas do mundo *off-line*, incluindo desigualdades sociais, econômicas e culturais (VAN DEURSEN; VAN DIJK, 2013; WEI; HINDMAN, 2011).

FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET

Ao longo dos últimos anos, a TIC Kids Online Brasil tem observado uma intensificação do acesso à rede por crianças e adolescentes. Em sua primeira edição, em 2012⁶, 47% dos jovens usuários de Internet acessavam a rede todos os dias ou quase todos os dias (CGI.br, 2013a). Essa proporção atingiu 63% em 2013 e 81% em 2014 (CGI.br, 2014; CGI.br, 2015). Os dados brasileiros estão alinhados com os resultados obtidos por estudos anteriores (LIVINGSTONE; HELSPER, 2010; MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014; UNICEF, 2016).

A edição de 2015 da pesquisa aponta estabilidade na frequência de uso da Internet por crianças e adolescentes em relação ao último ano. Entre os usuários de Internet de 9 a 17 anos, uma parcela significativa declarou acessar a rede diariamente: 84% o fizeram todos os dias ou quase todos os dias e 11% o fizeram pelo menos uma vez por semana. Por outro lado, vale ressaltar que, em 2015, dois terços das crianças e adolescentes (68%) utilizaram a Internet mais de uma vez por dia – um aumento de 47 pontos percentuais em relação à edição anterior (Gráfico 3).

GRÁFICO 3
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET (2012 - 2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



⁶ Na edição de 2012, a pesquisa tinha como público-alvo usuários de Internet com idades entre 9 e 16 anos.

Quando comparados diferentes aspectos demográficos, nota-se que a idade exerce uma influência importante na frequência de uso da Internet: em 2015, enquanto mais da metade dos usuários entre 9 e 10 anos (55%) acessavam a rede mais de uma vez por dia, essa proporção era de 58% entre os de 11 a 12 anos, 70% entre os de 13 a 14 anos e 78% entre os de 15 a 17 anos de idade.

O aspecto socioeconômico configura outro fator de influência sobre a frequência de uso da rede. Na quarta edição da pesquisa, verificou-se um padrão semelhante ao encontrado nas edições anteriores: a frequência de uso por crianças e adolescentes é diretamente proporcional à renda familiar e à classe social. Nesse sentido, em 2015, 80% dos usuários de Internet de 9 a 17 anos das classes AB acessavam a rede mais de uma vez por dia, enquanto essa proporção era de 67% para aqueles da classe C e 51% das classes DE. No entanto, a TIC Kids Online Brasil revelou ao longo de sua série histórica que as diferenças entre as classes no uso diário de Internet vêm diminuindo. Em 2012, enquanto 66% das crianças usuárias da rede das classes AB acessavam a Internet diariamente, apenas 17% dos usuários das classes DE o faziam – uma diferença de 49 pontos percentuais. Em 2013, essa diferença passou a 45 pontos; em 2014, a 30 pontos; e, em 2015, a 15 pontos percentuais (Gráfico 4).

GRÁFICO 4
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSAM A INTERNET DIARIAMENTE,
POR CLASSE SOCIAL (2012 - 2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



IDADE DO PRIMEIRO ACESSO

Em 2015, a média de idade do primeiro acesso à Internet por crianças e adolescentes foi de 9,8 anos, um patamar intermediário entre o verificado em países da Europa e na Argentina. Enquanto nos países participantes do projeto Net Children Go Mobile⁷, a média de idade, em 2014, foi de 8,5 anos – sendo 6,6 anos na Dinamarca; 7,9 anos no Reino Unido; 8,6 anos na Irlanda e em Portugal; 8,8 anos na Bélgica; 9,1 anos na Romênia e 9,5 anos na Itália (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014) –, na Argentina, a idade média do primeiro acesso à rede, em 2016, foi de 10,8 anos (UNICEF, 2016).

Embora dados de países europeus indiquem ainda que a idade média em que crianças começam a usar a Internet esteja diminuindo⁸ (LIVINGSTONE et al, 2011; MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), no Brasil, a pesquisa TIC Kids Online revela que esse indicador permanece estável desde a sua primeira edição, se consideradas as margens de erro amostral. Em 2014, a idade média do primeiro acesso à rede por crianças e adolescentes foi de 10 anos. Em 2013, esse valor foi de 10,1 anos e, em 2012, 9,6 anos. Além disso, 44% das crianças e adolescentes usuárias da rede acessaram a Internet pela primeira vez até os 9 anos de idade. Nos anos subsequentes, essa proporção não sofreu alterações relevantes: 38% em 2013, 37% em 2014 e 37% em 2015.

No contexto nacional, nota-se que o fator socioeconômico se mostra relevante no que se refere à idade do primeiro acesso: enquanto apenas 16% dos usuários da rede pertencentes às classes DE tiveram seu primeiro contato com a Internet até os 9 anos de idade, essa proporção era de 36% para as crianças da classe C e de quase metade dos jovens (49%) das classes AB. Não foram observadas diferenças importantes entre os sexos feminino (36%) e masculino (38%), se consideradas as margens de erro amostral.

Nesse sentido, é importante ressaltar que a idade do primeiro acesso à rede, bem como a intensidade da experiência digital, são fatores que podem trazer consequências importantes para o acesso a oportunidades *on-line*, além do desenvolvimento de habilidades para o uso da rede (PONTE; SIMÕES, 2013).

DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET

Em linha com a tendência de mobilidade de acesso à Internet observada na população em geral (CGI.br, 2016b), o crescimento do uso de dispositivos móveis foi destaque na pesquisa TIC Kids Online Brasil nos últimos anos. Em 2012, o dispositivo mais utilizado para acessar a rede era o computador de mesa, citado por pouco mais da metade dos jovens usuários da rede (55%), enquanto o telefone celular era citado por dois em cada dez crianças e adolescentes usuários (21%). Nos anos subsequentes, a pesquisa constatou um aumento importante no uso do celular: em 2013, foi citado por 53% e, em 2014, por 82% das crianças e adolescentes usuários da rede – o que representa um aumento de 61 pontos percentuais no período. Os *tablets* também seguiram uma dinâmica semelhante: enquanto, em 2012, eram utilizados por apenas 2% dos usuários de 9 a 17 anos, em 2013, foram citados por 16% e, em 2014, por 32%.

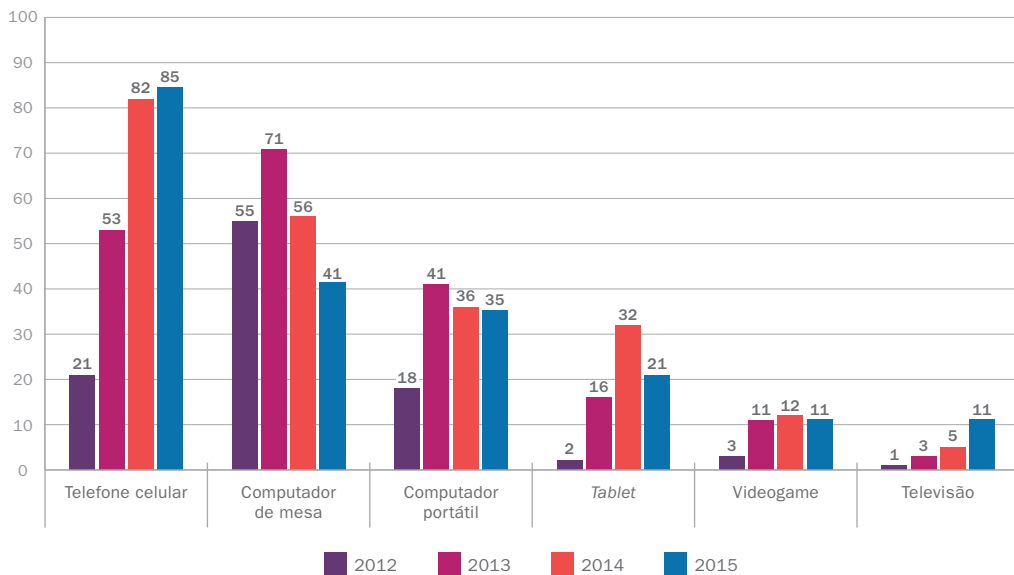
⁷ Bélgica, Dinamarca, Irlanda, Itália, Portugal, Romênia e Reino Unido.

⁸ Considerando os países que participaram do projeto, a saber: Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Dinamarca, Eslovênia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Itália, Lituânia, Noruega, Polônia, Portugal, Reino Unido, República Tcheca, Romênia, Suécia e Turquia.

Em 2015, a proporção de crianças e adolescentes que acessaram a Internet por meio de dispositivos móveis permaneceu estável em relação à edição anterior da pesquisa, se consideradas as margens de erro amostral. Assim, 85% dos usuários da rede de 9 a 17 anos declararam ter acessado a Internet por meio de um telefone celular, enquanto 21% o fizeram por meio de um *tablet*. Após um crescimento expressivo entre 2012 e 2013 – quando passou de 18% a 41%, respectivamente –, o uso do computador portátil para acessar a Internet também apresentou estabilidade, atingindo 36% em 2014 e 35% em 2015.

A TIC Kids Online Brasil 2015 também confirma a tendência de diminuição do acesso à Internet por meio de computadores de mesa. Enquanto, em 2013, 71% das crianças e adolescentes usuários da rede utilizaram a Internet por meio de um computador de mesa, em 2014, esse valor era de 56%, e, em 2015, de 41%. Por fim, equipamentos como o console de jogos (11%) e a televisão (11%) seguem como alternativas utilizadas por uma parcela menor dos jovens usuários da rede (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE EQUIPAMENTOS UTILIZADOS
PARA ACESSAR A INTERNET (2012 - 2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



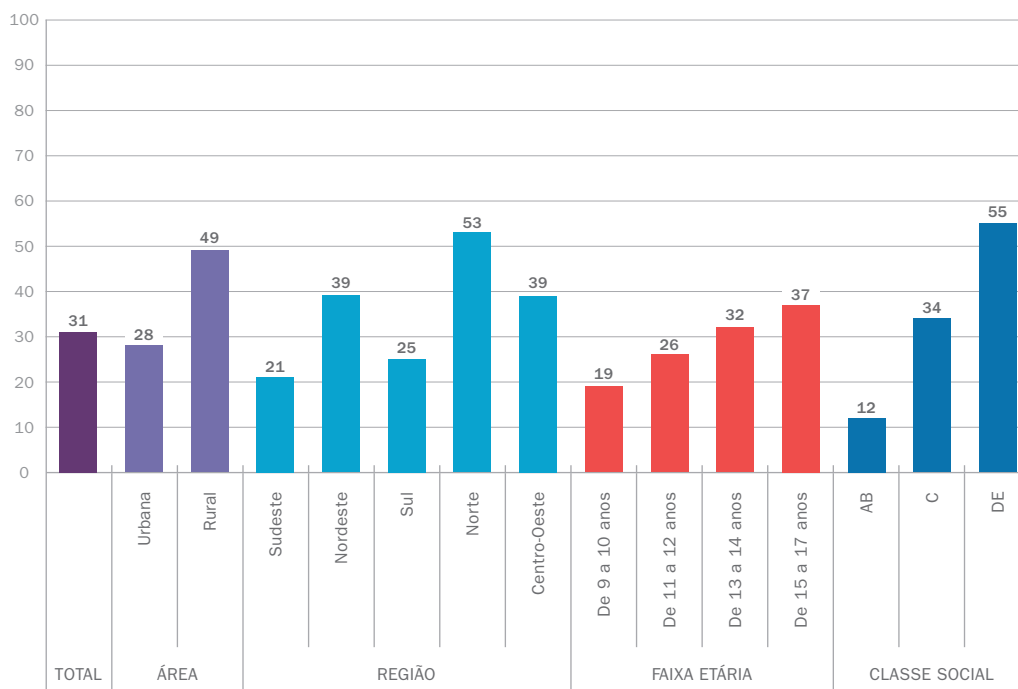
Vale ressaltar ainda que o uso de computadores de mesa, computadores portáteis, console de jogos e televisão para acessar a Internet apresenta diferenças relevantes entre as classes sociais. Já os telefones celulares estão disseminados em todas as classes, sendo citados por 90% das crianças e adolescentes usuários pertencentes às classes AB, 82% das crianças da classe C e 86% das classes DE.

A pesquisa também apontou que uma parcela importante das crianças e adolescentes usuários de Internet acessavam a rede apenas por meio de um telefone celular: 31% – proporção que corresponde a cerca de 7,1 milhões de jovens. O acesso exclusivo por telefones celulares

também foi citado por 49% das crianças e adolescentes usuários da rede em áreas rurais, 53% da região Norte e 39% da região Nordeste, 32% dos jovens usuários na faixa de 13 a 14 anos e 37% daqueles de 15 a 17 anos de idade.

Da mesma forma, também foram observadas desigualdades relevantes no que se refere às classes sociais: 12% dos jovens usuários da rede das classes AB acessavam a Internet exclusivamente por meio do telefone celular, ao passo que 34% dos adolescentes usuários da classe C e mais da metade daqueles pertencentes às classes DE (55%) contavam apenas com esse dispositivo para acessar a rede (Gráfico 6).

GRÁFICO 6
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET
APENAS POR MEIO DE TELEFONE CELULAR (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos

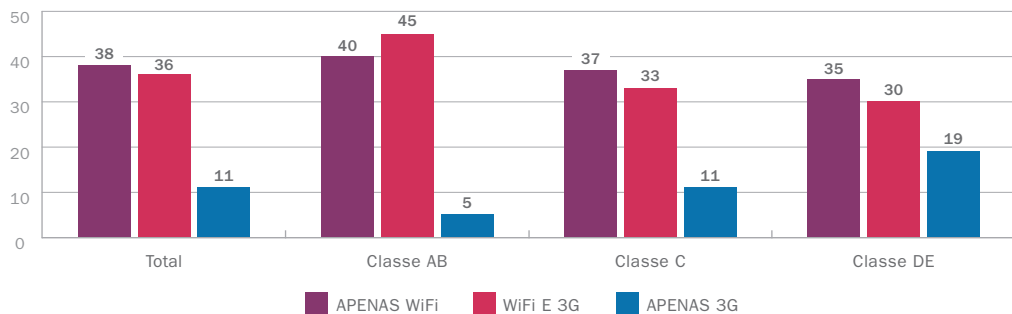


USO DE TELEFONE CELULAR: TIPO DE CONEXÃO À INTERNET

Desde 2013, a pesquisa TIC Kids Online Brasil tem investigado os tipos de conexão à Internet utilizados por crianças e adolescentes em seus telefones celulares. Em 2015, observou-se que a conexão sem fio foi o tipo mais citado: 74% dos jovens usuários utilizaram rede WiFi para acessar a Internet, ao passo que pouco menos da metade das crianças (47%) declararam utilizar pacotes de dados, como 3G ou 4G, para acessar a rede. Os dados desta edição estão alinhados com a onda anterior da pesquisa: em 2014, a rede sem fio (58%) foi preponderante em relação a pacotes de dados (52%) no telefone celular.

A pesquisa revela ainda que uma parcela considerável das crianças e adolescentes acessou a Internet apenas por meio de conexão WiFi (38%) ou por ambos os tipos de conexão (36%), proporções que não apresentam variações importantes com relação a classes sociais. Em patamar inferior esteve a proporção de crianças e adolescentes que acessaram a Internet exclusivamente por meio de pacotes de dados 3G ou 4G (11%) – resultado que foi maior entre crianças e adolescentes usuários das classes DE (19%) (Gráfico 7).

GRÁFICO 7
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONEXÃO À INTERNET VIA TELEFONE CELULAR,
POR CLASSE SOCIAL (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Os resultados apontam, portanto, que a qualidade do acesso à rede, como revelam os indicadores dos dispositivos e tipos de conexão utilizados, reflete desigualdades socioeconômicas entre crianças e adolescentes – que por sua vez estão associadas a dinâmicas de uso da Internet mais ou menos restritas (PETER; VALKENBURG, 2006).

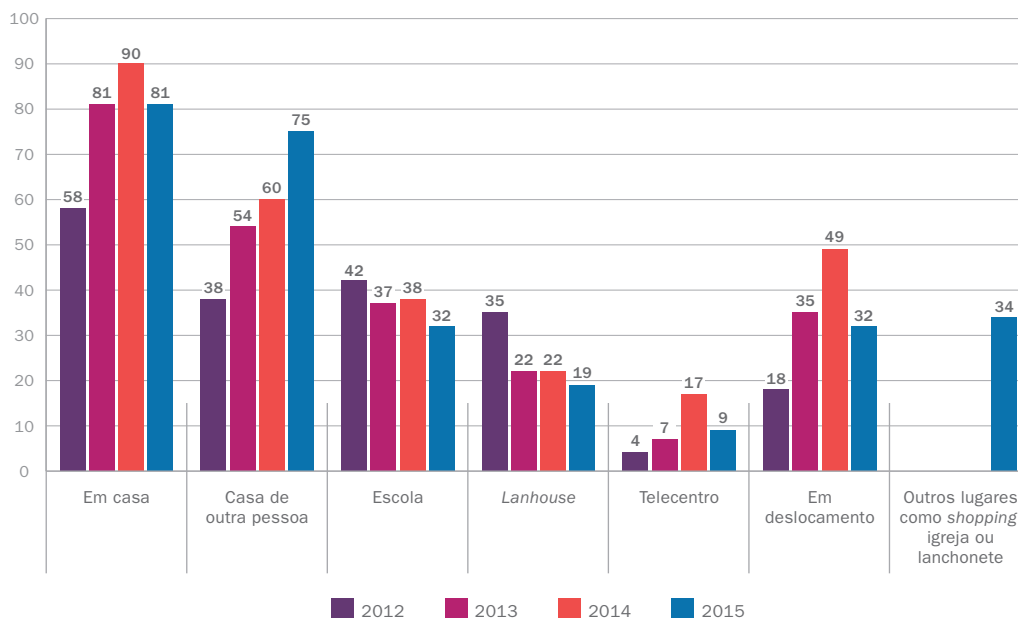
LOCAL DE ACESSO À INTERNET

A disseminação de dispositivos móveis – especialmente de telefones celulares – entre crianças e adolescentes, tem sido associada à diferenciação e diversificação dos locais e dinâmicas em que jovens acessam a Internet, promovendo um acesso ubíquo à rede (*ubiquitous internetting*, em inglês) (PETER; VALKENBURG, 2006).

A TIC Kids Online Brasil, contudo, aponta para um cenário em que a residência continua a se apresentar como o principal local de acesso à Internet por crianças e adolescentes no país. Enquanto, em 2012, o próprio domicílio foi citado por pouco mais da metade das crianças e adolescentes usuários da rede (58%), em 2013, essa proporção atingiu 81%, e, em 2014, foi citado por nove em cada dez jovens usuários de Internet (90%) – proporção que se manteve estável em 2015 (81%) (Gráfico 8). O acesso domiciliar à rede reflete disparidades socioeconômicas já observadas em outras dinâmicas de acesso: enquanto 96% das crianças e adolescentes usuárias de Internet das classes AB se conectam em seus domicílios, essa proporção atinge 85% na classe C e 76% nas classes DE.

GRÁFICO 8

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET (2012 - 2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Além disso, ao longo de sua série histórica, a pesquisa evidencia uma tendência também observada entre a população em geral (CGI.br, 2016b): aumento do acesso à rede no domicílio de outras pessoas, como amigos, vizinhos ou familiares. Em 2015, 75% das crianças e adolescentes utilizaram a Internet nesse local, revelando um crescimento de 37 pontos percentuais em relação à primeira edição da pesquisa, em 2012 (38%). Na edição de 2015 da pesquisa, 34% das crianças e adolescentes utilizaram a Internet em outros locais, como estabelecimentos comerciais e espaços destinados a práticas religiosas, enquanto 32% mencionaram o uso em deslocamento⁹. De modo geral, o crescimento do uso da Internet em outros locais além do domicílio pode ser atribuído à disseminação de dispositivos móveis, sobretudo telefones celulares, entre a população mais jovem, além da ampla disponibilidade de conexão WiFi em domicílios brasileiros, conforme aponta a pesquisa TIC Domicílios (CGI.br, 2016b).

Por sua vez, o acesso à rede por crianças e adolescentes em escolas permaneceu praticamente estável desde a primeira edição da pesquisa: em 2012, 42% dos jovens usavam a rede nesse local. Em 2015, essa proporção era de 32%. É interessante notar que não foram observadas diferenças importantes entre classes sociais (34% nas classes AB; 31% na classe C; e 32% nas classes DE) ou áreas urbanas (32%) e rurais (29%). Em comparação com países europeus do

⁹ Em 2015, o item "Na rua ou qualquer outro lugar pelo celular ou tablet, como por exemplo, no ônibus, na praça ou no shopping" foi alterado para "Enquanto você está indo para algum lugar, como por exemplo, na rua, no ônibus, no metrô ou no carro". Já o item "Em outro lugar. Qual?" foi alterado para "Em outros lugares como shopping, igreja ou lanchonete". Mais informações no Relatório Metodológico.

projeto Net Children Go Mobile, foi possível destacar que o acesso à Internet por crianças e adolescentes brasileiros nas escolas era inferior ao verificado na maioria dos países europeus envolvidos no estudo: Reino Unido (88%), Dinamarca (80%), Romênia (53%), Portugal (49%), Irlanda (47%) e Bélgica (39%), com exceção da Itália (26%) (SOZIO et al, 2015). De modo geral, esses dados indicam que persistem os desafios de adoção da Internet por crianças em escolas brasileiras, resultado confirmado pela pesquisa TIC Educação (CGI.br, 2016a).

A TIC Kids Online Brasil revela que, em 2015, o acesso à Internet em centros públicos de acesso pago, como as *lanhouses*, permaneceu estável (19%) em relação às últimas duas edições da pesquisa (22%, em 2013 e 2014). Em 2012, quando menos da metade (40%) dos domicílios do país estavam conectados (CGI.br, 2013b), esses locais eram utilizados por cerca de uma em cada três crianças (35%). Já os centros públicos de acesso gratuito, como os telecentros, são citados por uma parcela ainda menor de crianças e adolescentes usuários da rede: 9% – proporção que permanece praticamente estável, se consideradas as margens de erro amostral. Não foram encontradas disparidades relevantes entre as classes sociais para ambos os locais.

OPORTUNIDADES E ATIVIDADES ON-LINE

Entre os principais resultados de investigações prévias sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes está a ideia de que as oportunidades crescem com a maior experiência de uso da rede. Nesse sentido, com um maior uso de tecnologias digitais, aumenta também a tendência de crianças desenvolverem competências digitais e obterem benefícios tangíveis a partir desse uso (LIVINGSTONE et al, 2015).

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2015 aponta que, entre as atividades realizadas por crianças e adolescentes na Internet, mantém-se a predominância de ações ligadas à comunicação e ao entretenimento e à pesquisa escolar (Tabela 2). Entre as atividades mais citadas pelos usuários de 9 a 17 anos estão procurar informações na Internet para fazer trabalhos escolares (80%), enviar mensagens instantâneas (79%) e usar redes sociais (79%). A ação de baixar aplicativos ganhou destaque, passando de 41%, em 2014, para 75%, em 2015 – resultado convergente com o maior uso de dispositivos móveis por crianças e jovens usuários da rede.

Ainda que o compartilhamento de conteúdos na rede seja citado por cerca de metade dos jovens usuários (52%), apenas um terço (37%) afirma postar na Internet textos, vídeos ou imagens de autoria própria. Esse resultado indica que, ainda que a Internet abra possibilidades para a realização de atividades associadas a habilidades criativas, elas ainda são pouco exploradas por crianças e adolescentes – não apenas no Brasil, mas também em países europeus, segundo dados do projeto Net Children Go Mobile (MASCHERONI; CUMAN, 2014). Estimular o desenvolvimento de competências relacionadas à criação de conteúdos é um aspecto relevante do debate sobre a Alfabetização Midiática e Informacional (*Media and Information Literacy*, em inglês), e apresenta-se como campo de intervenção importante para as políticas públicas da área.

TABELA 2
**PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS
 NA INTERNET NO ÚLTIMO MÊS (2015)**
 Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos

80	Pesquisou coisas na Internet para fazer trabalhos da escola	Enviou mensagens instantâneas	79
79	Usou redes sociais	Baixou aplicativos	75
68	Pesquisou coisas na Internet por curiosidade ou por vontade própria	Assistiu a vídeos, programas, filmes ou séries <i>on-line</i>	63
59	Ouviu música <i>on-line</i>	Postou na Internet uma foto ou vídeo em que você aparece	56
55	Baixou músicas ou filmes	Compartilhou na Internet um texto, imagem ou vídeo	52
46	Jogou <i>on-line</i> , não conectado com outros jogadores	Leu ou assistiu a notícias <i>on-line</i>	46
38	Jogou <i>on-line</i> , conectado com outros jogadores	Postou na Internet um texto, imagem ou vídeo que você mesmo fez	37
32	Usou mapas <i>on-line</i>	Postou ou compartilhou na Internet o lugar onde estava	30
22	Conversou por chamada de vídeo	Comprou coisas na Internet	13

Consideradas as margens de erro amostral, não foram observadas diferenças importantes entre os sexos na realização de atividades relacionadas ao entretenimento, como assistir a produções audiovisuais *on-line* (63%), ouvir música (59%) e baixar músicas ou filmes (55%). A menção a tais atividades foi menor entre jovens vivendo em áreas rurais.

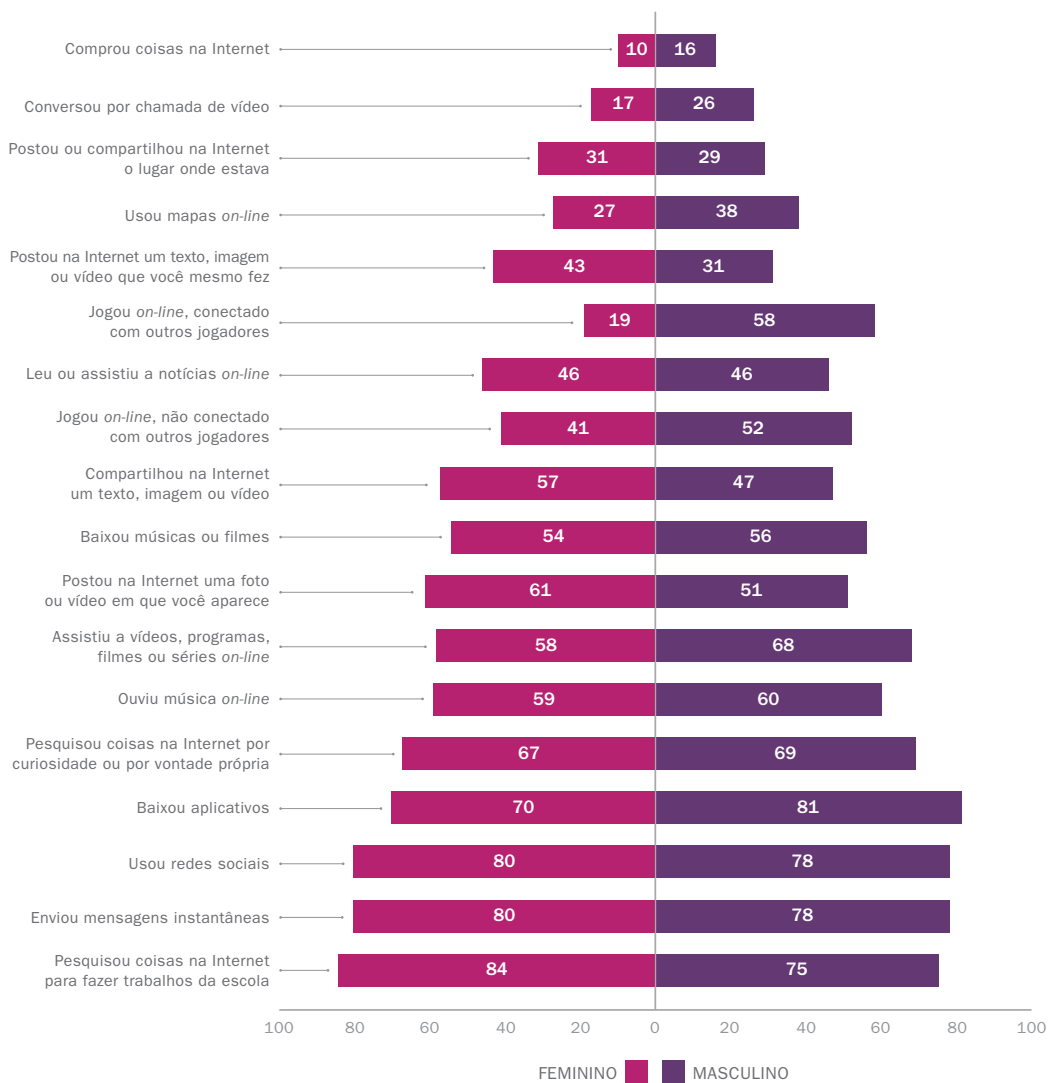
Quanto aos jogos *on-line*, a pesquisa indica maior disparidade entre o comportamento de meninos e meninas (Gráfico 9). Quando se trata de jogar sozinho, isto é, sem a conexão com outros jogadores, a diferença é menor (41% no caso das meninas e 52% entre os meninos). Entretanto, mais da metade dos meninos (58%) declararam se conectar a outros jogadores e apenas 19% das meninas disseram fazer o mesmo – um indicador de que os *games* são uma atividade fortemente vinculada ao gênero, o que por vezes reforça estereótipos tradicionais do masculino e feminino (BUCKINGHAM, 2007).

As estimativas de prática de jogos *on-line* são maiores entre crianças mais novas: enquanto 59% das crianças de 9 a 10 anos e 53% das crianças na faixa de 11 a 12 anos afirmam jogar sem outros competidores na rede, em faixas etárias maiores as proporções caem para 46% (de 13 a 14 anos) e 37% (de 15 a 17 anos). Já nos *games* em que jogadores estão conectados a outros pares, não foram observadas grandes variações entre as idades.

A TIC Kids Online Brasil 2015 mostra ainda que compras *on-line* (13%), conversas por videochamadas (22%) e divulgação de geolocalização (30%) seguem sendo atividades pouco citadas por crianças e adolescentes. No mesmo patamar, está o uso de mapas *on-line* (32%), que apresenta diferenças de gênero: meninos (38%) dizem fazê-lo mais do que meninas (26%).

Em relação às classes sociais, crianças e adolescentes de maior renda familiar, em geral, reportaram mais atividades na Internet, ainda que nem sempre com grandes diferenças em relação aos que vivem em domicílios com renda mais baixa. Merece destaque, no entanto, o fato de que as disparidades aumentam em práticas que exigem conexões à Internet com maior velocidade, como ouvir música *on-line* (de 41% nas classes DE a 71% nas classes AB), assistir a vídeos, programas, filmes ou séries *on-line* (de 46% a 77%) e jogar conectado a outros jogadores (de 23% a 51%).

GRÁFICO 9
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET
NO ÚLTIMO MÊS, POR SEXO (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



É interessante notar ainda que há diferenças acentuadas no que se refere à pesquisa na Internet por curiosidade ou vontade própria, atividade realizada por 79% dos jovens usuários de Internet das classes AB e por apenas 53% dos que pertencem às classes DE. O mesmo ocorre com a prática de ler notícias *on-line* ou assistir a elas: 57% das crianças e adolescentes das classes AB o fazem, enquanto nas classes DE essa proporção é de 37%. Há também disparidades de acordo com a escolaridade dos pais, ainda que em menor proporção. De modo geral, esses resultados evidenciam que determinadas oportunidades associadas ao uso da Internet são menos exploradas por crianças e adolescentes de estratos socioeconômicos menos favorecidos, dados que reforçam a existência de um segundo nível de exclusão digital (VAN DIJK, 2005).

PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS

PLATAFORMAS UTILIZADAS

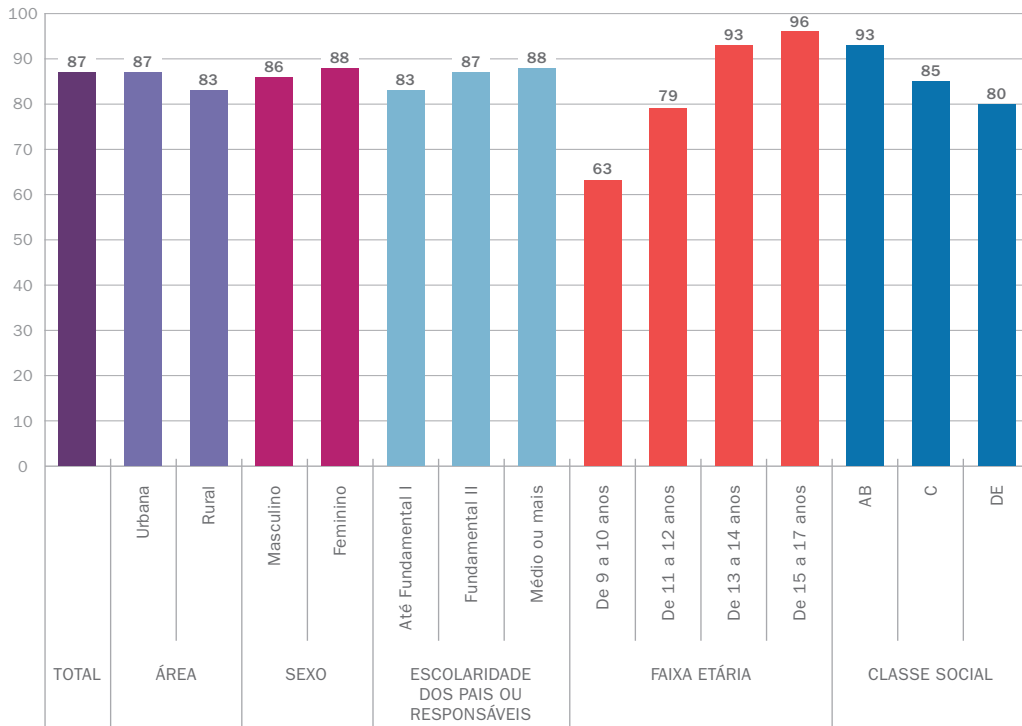
As redes sociais configuram um canal importante de socialização para crianças e adolescentes que permite ultrapassar restrições – estabelecidas por meio de estratégias de mediação parental – para estar fisicamente com amigos e também para construir novas amizades (DIAS, 2015). A TIC Kids Online Brasil 2015 revela que as redes sociais *on-line* estão bastante disseminadas entre os jovens usuários da rede (87%), tanto entre os residentes de áreas urbanas (87%) como de áreas rurais (83%), e nas diferentes classes sociais (93% entre as crianças usuárias de Internet das classes AB, 85% na classe C e 80% nas classes DE). No entanto, é preciso ressaltar que esse uso é maior entre os mais velhos: 96% dos adolescentes de 15 a 17 anos e 93% dos de 13 a 14 anos reportaram ter perfis em redes sociais, percentual que cai para 63% entre os que possuem de 9 a 10 anos e 79% entre as crianças de 11 a 12 anos de idade (Gráfico 10).

Um percentual menor de crianças de 9 a 10 anos usuárias de Internet declarou estar presentes em redes sociais, com destaque para plataformas como o Facebook (50%) e o WhatsApp (47%). Entre os mais velhos, foi maior a menção a outras plataformas, como Instagram e Snapchat. Entre os usuários da rede entre 15 e 17 anos, 92% afirmaram possuir uma conta no Facebook e 82% citaram o WhatsApp, ao passo que outros 50% reportaram estar presentes no Instagram e 36% no Snapchat. Entre as crianças de 9 a 10 anos, essas proporções foram de 14% e 8%, respectivamente.¹⁰

¹⁰ Vale ressaltar que, em suas edições anteriores, a pesquisa TIC Kids Online Brasil não produzia estimativas sobre o uso de WhatsApp e Snapchat.

GRÁFICO 10

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL EM REDES SOCIAIS (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



SOCIABILIDADE E CONTATOS EM REDES SOCIAIS

Com relação ao número de contatos que possuem em seu principal perfil de rede social, a TIC Kids Online Brasil aponta que quatro em cada dez crianças e adolescentes com perfil em rede social (43%) tinham 301 ou mais amigos em sua lista de contatos, proporção superior à média observada em países europeus (SOZIO et al, 2015).

A TIC Kids Online Brasil 2015 aponta ainda que o total de contatos cresce com a idade: metade das crianças de 9 a 10 anos (54%) tinha até 100 amigos em sua lista de contatos, enquanto mais de um terço dos adolescentes de 13 a 14 anos (42%) declarou possuir mais de 300 contatos em sua lista (Tabela 3). Entre os adolescentes de 15 a 17 anos, esse percentual atingiu 63%. A literatura sobre o tema aponta uma contradição entre o desejo de aumentar o número de amigos ou contatos, fato tido como indicador de popularidade, e o reconhecimento da importância de ter critérios mais rígidos para selecionar amigos *on-line*, baseados na intimidade construída face a face (MACEDO, 2014).

TABELA 3

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA (2015)

Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil em rede social

	Até 10	De 11 a 50	De 51 a 100	De 101 a 300	De 301 a 500	501 ou mais
Total	5	13	11	17	13	30
De 9 a 10 anos	15	25	14	13	3	4
De 11 a 12 anos	6	21	18	18	9	11
De 13 a 14 anos	4	13	11	21	16	26
De 15 a 17 anos	1	7	8	15	15	48

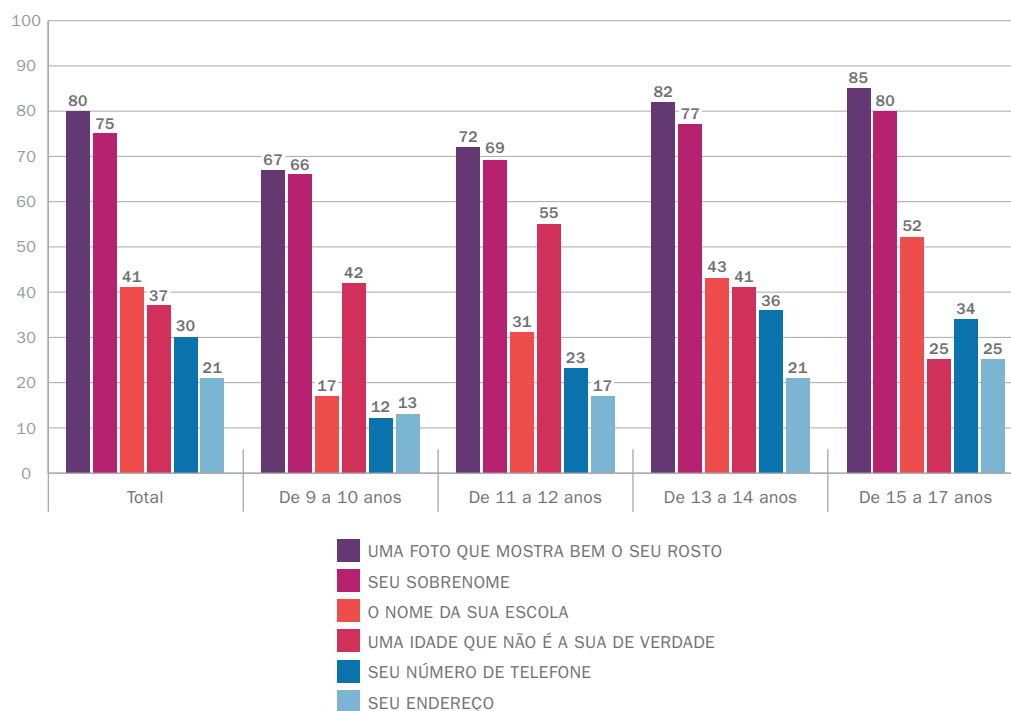
CONFIGURAÇÕES DE PRIVACIDADE E EXPOSIÇÃO DE SI EM REDES SOCIAIS

De modo geral, a edição de 2015 constatou que os adolescentes de 15 a 17 anos forneceram mais informações pessoais em plataformas e redes sociais do que as crianças de menor idade. Nessa faixa etária, uma parcela importante publicou em seu perfil uma foto que revelou seu rosto (85%) e divulgou seu sobrenome (80%). Além disso, mais de um terço dos jovens de 13 a 14 anos (43%) informou o nome da sua escola em seu perfil de rede social, percentual que atingiu 52% entre os jovens na faixa de 15 a 17 anos (Gráfico 11).

GRÁFICO 11

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO PERFIL DA REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA (2015)

Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil em rede social



Vale ainda ressaltar que cerca de metade das crianças e adolescentes possuía perfil público (47%) em redes sociais, dinâmica que se repetiu entre os jovens de 11 a 12 anos de idade (51%). Essa proporção situou-se num patamar inferior apenas entre os mais novos (de 9 a 10 anos), com 35% divulgando abertamente os dados do seu perfil.

Com uma idade mínima estabelecida para possuir conta em plataformas como o Facebook¹¹, é interessante notar que mais da metade das crianças de 11 a 12 anos (55%) informaram outra idade em seu perfil. Já entre as crianças de 9 a 10 anos, essa proporção foi de 42%. Também chama a atenção o fato de 41% dos usuários de 13 a 14 anos e 25% dos adolescentes de 15 a 17 anos também terem divulgado uma idade diferente em suas contas em mídias sociais – o que indica que, entre crianças e adolescentes, informar uma idade diferente, para além de permitir a criação de um perfil, também pode configurar uma estratégia de construção de sua identidade na rede (LIVINGSTONE et al, 2011).

HABILIDADES PARA O USO CRÍTICO DA REDE

HABILIDADES PARA O USO DE MÍDIAS DIGITAIS

Ainda que já fizesse parte das primeiras edições do projeto EU Kids Online, a medição de habilidades digitais foi incorporada recentemente ao modelo conceitual adotado pela rede EU Kids Online. Se, por um lado, as competências digitais condicionam as práticas *on-line*, também estão diretamente relacionadas ao grau de aproveitamento das oportunidades e à resiliência frente aos riscos associados ao uso da rede (LIVINGSTONE et al, 2015).

Do ponto de vista metodológico, inúmeros esforços têm sido empreendidos no sentido do desenvolvimento de medidas mais sofisticadas de habilidades que consigam ampliar o conhecimento sobre quais competências realmente importam para que os indivíduos obtenham maior bem-estar a partir do uso da Internet. Entre esses esforços está o projeto *From Digital Skills to Tangible Outcomes* – DiSTO¹² (De Habilidades Digitais a Resultados Tangíveis, em português), que entende que o envolvimento em atividades *on-line* não implica necessariamente em resultados *off-line* concretos. Ademais, aqueles que conseguem alcançar um resultado em uma área não conseguem necessariamente obtê-lo em outra. Isso indica que as habilidades digitais estão entre os principais fatores de mediação capazes de traduzir o engajamento em atividades *on-line* em resultados tangíveis (VAN DEURSEN et al, 2016).

¹¹ Mais informações: <<https://www.facebook.com/help/210644045634222>>. Acesso em: 25 set. 2016.

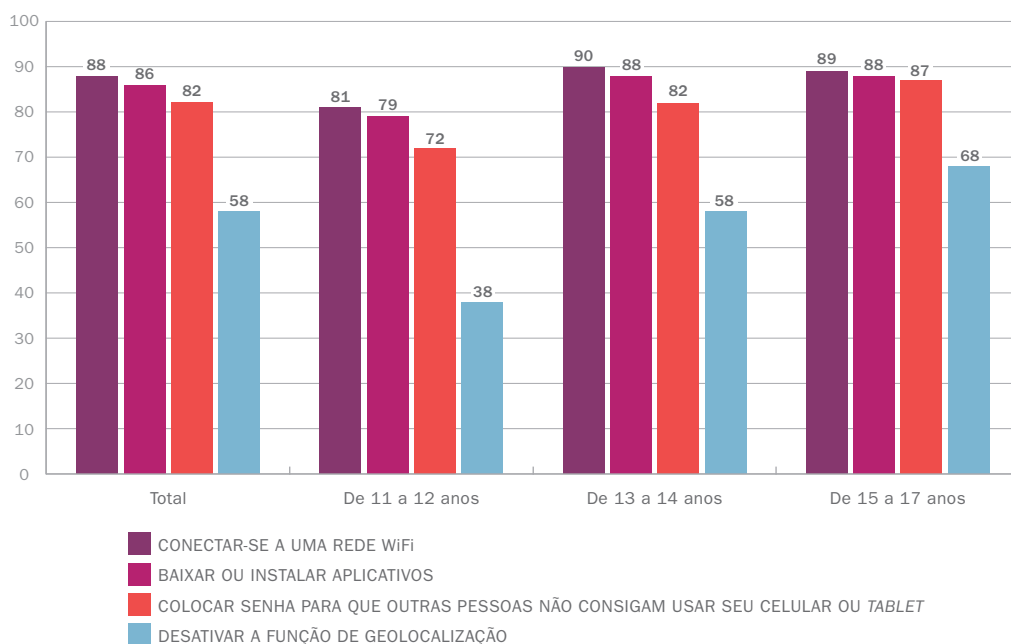
¹² O projeto DiSTO tem o apoio da Universidade de Oxford, por meio do John Fell OUP Research Fund, da London School of Economics e da Universidade de Twente. O objetivo é abordar os desafios para a medição de competências para o uso de mídias digitais por meio do desenvolvimento de indicadores baseados na literatura sobre habilidades digitais e os resultados tangíveis do uso da Internet no bem-estar de indivíduos. Mais informações sobre o projeto em: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/From-digital-skills-to-tangible-outcomes.aspx>>. Acesso em: 25 set. 2016.

No âmbito da pesquisa TIC Kids Online Brasil, a implementação desse módulo na pesquisa foi realizada por meio de questões que buscam medir a percepção de crianças e adolescentes sobre suas habilidades para o uso da Internet. Nesse sentido, a partir de 2016, o projeto passará a incluir medidas desenvolvidas a partir dos projetos DiSTO e Global Kids Online, o que deverá permitir maior comparabilidade com os esforços de investigação desenvolvidos internacionalmente.

Em 2015, a TIC Kids Online Brasil aponta que as principais habilidades reportadas por crianças e adolescentes de 11 a 17 anos estavam relacionadas ao uso de dispositivos móveis, tais como saber conectar-se a uma rede WiFi (88%), baixar ou instalar aplicativos (86%) e colocar senha para que outras pessoas não consigam usar seus dispositivos móveis, como o celular ou *tablet* (82%). Em um patamar inferior, foi citada a capacidade de desativar a função de geolocalização (58%) – que apresentou as maiores variações percentuais segundo a faixa etária, atingindo 38% entre as crianças de 11 a 12 anos e 68% entre os adolescentes de 15 a 17 anos (Gráfico 12).

GRÁFICO 12
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS,
POR FAIXA ETÁRIA (2015)

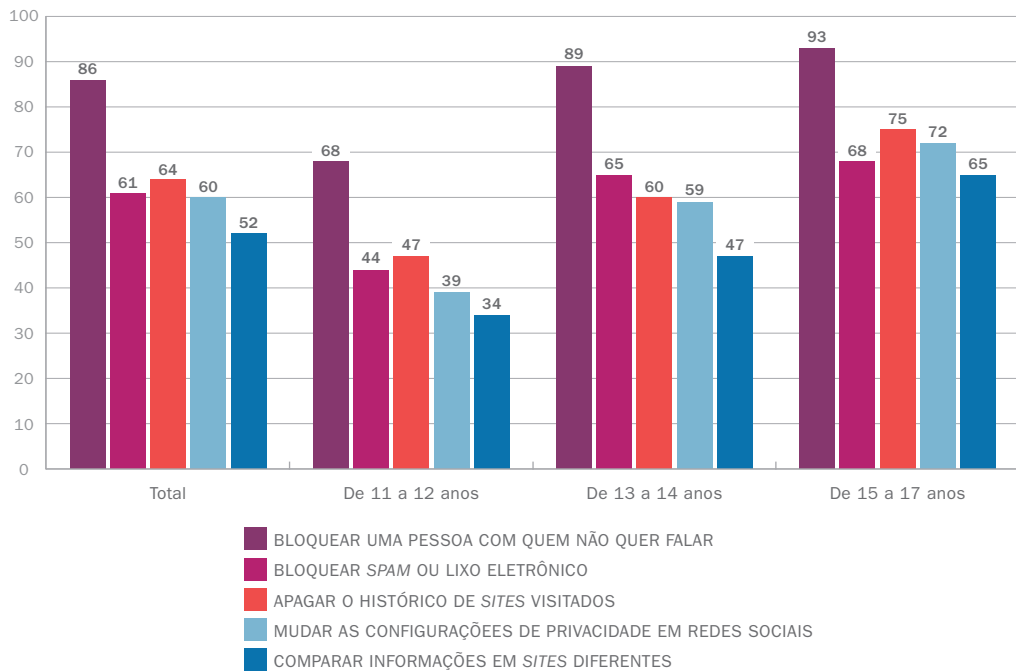
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



A pesquisa ainda revela que competências relacionadas ao uso de mídias digitais em geral foram mencionadas em um patamar inferior. Há maior referência a habilidades de caráter instrumental, relacionadas à preocupação com a segurança e proteção da privacidade *on-line*. A capacidade de bloquear uma pessoa em suas redes, por exemplo, foi mencionada por 86% dos usuários de Internet de 11 a 17 anos (Gráfico 13). Na sequência, apareceram outras habilidades, como apagar o histórico de *sites* visitados (64%), bloquear *spam* ou lixo eletrônico (61%) e mudar as configurações de privacidade em redes sociais (60%).

Por fim, a competência menos citada foi a comparação de informações em *sites* diferentes (52%), justamente aquela que indica maior habilidade crítica frente às informações acessadas na rede. Essa também estava entre aquelas que apresentaram maior diferença segundo a faixa etária: enquanto a proporção entre crianças de 11 a 12 anos foi de 34%, atingiu 65% entre os adolescentes de 15 a 17 anos de idade. A capacidade de comparar informações em diferentes fontes também foi a que apresentou maior variação segundo a escolaridade dos pais, sendo citada por apenas 40% das crianças cujos pais ou responsáveis haviam cursado até o Ensino Fundamental I.

GRÁFICO 13
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET,
POR FAIXA ETÁRIA (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



RISCOS E DANOS

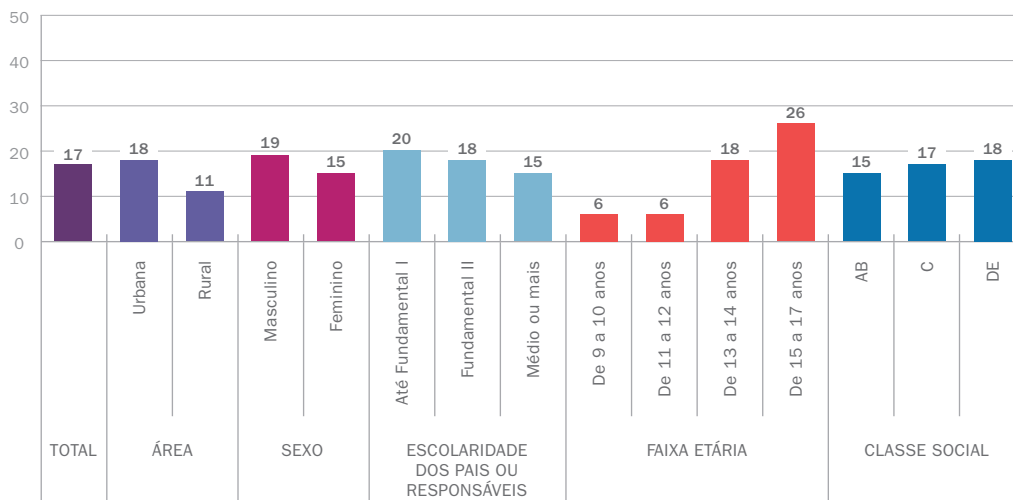
CONTATOS NA REDE

Com a intensificação do acesso à rede por crianças e adolescentes, riscos associados a esse uso têm sido classificados na literatura de modo a contemplar suas diferentes formas: a) contato, que considera crianças ou adolescentes enquanto participantes de uma situação de interação; b) conteúdo, que considera crianças e adolescentes enquanto receptores de conteúdos de mídia; e c) conduta, que considera crianças e adolescentes enquanto agentes em um processo de interação que pode ser iniciado por eles mesmos (LIVINGSTONE et al, 2014; LIVINGSTONE; HADDON, 2009).

Em sua quarta edição, a pesquisa TIC Kids Online Brasil revela que o contato com desconhecidos por meio da Internet apresenta grande variação segundo a faixa etária de crianças e adolescentes. Enquanto este tipo de aproximação foi reportado por menos de 14% dos jovens de 9 a 10 anos, alcançou 62% entre os adolescentes na faixa de 15 a 17 anos de idade. A pouca diferenciação apresentada pelo indicador segundo estratos socioeconômicos aponta também a difusão desse padrão de sociabilidade entre todas as classes sociais. A diferença entre os percentuais de meninos (44%) e meninas (37%) que mencionaram este item ficou dentro da margem de erro para o indicador¹³.

Já o percentual de crianças e adolescentes usuários de Internet que afirmaram ter encontrado pessoalmente indivíduos que conheceram *on-line* foi, em 2015, 17%. As maiores disparidades foram observadas nas diferentes faixas etárias. Em um primeiro patamar estavam as crianças de 9 a 10 anos (6%) e de 11 a 12 anos (6%), estrato em que os contatos com desconhecidos foram mais mediados por pais e responsáveis, dada a preocupação mais elevada com possíveis riscos. Nas faixas de 13 a 14 anos (18%) e de 15 a 17 anos (26%), por sua vez, o encontro pessoal na rede com pessoas desconhecidas foi reportado em níveis mais elevados (Gráfico 14).

GRÁFICO 14
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ENCONTRARAM PESSOALMENTE
COM ALGUÉM QUE CONHECERAM NA INTERNET
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



É importante mencionar, contudo, que, em contraponto à dimensão de risco inerente à presença *on-line*, a possibilidade de contato com pessoas desconhecidas por meio da rede também pode ser compreendida como dimensão importante de novas formas de socialização, que pode representar uma oportunidade para os indivíduos que se engajam nesse tipo de prática. A edição de 2015 da pesquisa reforça essa hipótese: 47% dos usuários de Internet de 9 a 17

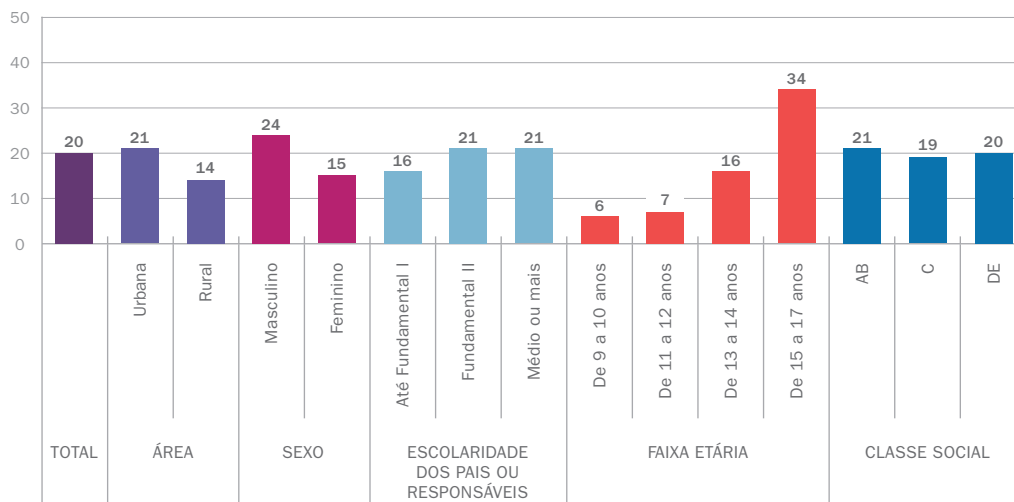
¹³ Assim como ocorreu nas demais edições da pesquisa, as questões relacionadas a riscos *on-line* foram coletadas por meio de questionários de autopreenchimento, respondidos diretamente pela criança ou adolescente selecionado.

anos procuraram fazer novas amizades na rede, enquanto 21% adicionaram pessoas que não conheciam à sua lista de contatos ou amigos. Os dados apontam que, em ambos os casos, o percentual é maior nas faixas etárias de maior idade e que apenas 3% das crianças e adolescentes usuários da rede se sentiram incomodados após encontros com pessoas que conheceram *on-line*.

MENSAGENS E IMAGENS DE CONTEÚDO INADEQUADO

No que tange à agenda de proteção quanto a conteúdos potencialmente inadequados para o desenvolvimento de crianças e adolescentes, a edição de 2015 da pesquisa TIC Kids Online Brasil seguiu investigando o acesso e a exposição a mensagens e imagens de natureza sexual. Enquanto 20% das crianças e adolescentes usuários de Internet de 9 a 17 anos afirmaram ter contato com esse tipo de conteúdo, esse percentual atingiu 24% entre meninos e 15% entre meninas (Gráfico 15).

GRÁFICO 15
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM IMAGENS OU VÍDEOS
DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Os resultados também revelam que, entre os usuários de Internet que afirmaram ter sido expostos a imagens ou vídeos de conteúdo sexual, as redes sociais e as aplicações de mensagens instantâneas foram os canais *on-line* onde isso mais ocorreu – ainda que o número reduzido de respondentes não tenha permitido explorações mais aprofundadas sobre o perfil do usuário de cada uma dessas aplicações.

A pesquisa explora ainda o recebimento e envio de imagens de conteúdo sexual, tema que surge de forma relevante na agenda pública, com a difusão de fenômenos como o *sexting* e a reconfiguração das dinâmicas de privacidade estabelecidas a partir da disseminação da Internet entre esse público. Em 2015, a pesquisa estima que 14% dos usuários da rede com idades entre 11 e 17 anos tenham recebido mensagens de natureza sexual, enquanto outros 4% tenham enviado mensagens desse tipo.

Por fim, a pesquisa constata que foi reduzido o percentual de crianças e adolescentes que se declararam incomodados após contato com mensagens de natureza sexual na Internet: 13% – resultado em linha com o observado em relação a situações de contato com pessoas conhecidas na rede. A estabilidade desse indicador ao longo das quatro edições da pesquisa (2012-2015) indica ainda que o tema é pouco percebido por jovens segundo um enquadramento de risco.

EXPOSIÇÃO A CONTEÚDOS MERCADOLÓGICOS

Em sua quarta edição, a pesquisa TIC Kids Online Brasil segue investigando a exposição de crianças e adolescentes a conteúdos de natureza mercadológica. Em 2015, os dados revelam que a televisão permanece sendo a mídia em que crianças e adolescentes mais reportam o contato com publicidade ou propagandas: entre as crianças de 11 a 17 anos, 80% mencionam essa mídia. A televisão é seguida por *sites* de vídeos (62%) e plataformas *on-line* de redes sociais (61%) – citados em patamares elevados em 2015, em linha com a tendência verificada pela pesquisa desde 2013. Cerca de um terço dos jovens declarou ainda acessar conteúdos mercadológicos em *sites* de jogos (36%) e aplicações de mensagens instantâneas (29%).

Entre os fatores que merecem ser considerados quando se trata da utilização de canais *on-line* para a veiculação de conteúdos publicitários dirigidos a crianças está a capacidade de reconhecimento por parte desse público das diversas estratégias mercadológicas. Estudo qualitativo realizado sobre o tema com crianças de 9 a 11 anos aponta que a identificação da publicidade na Internet é mais complexa para crianças, e que a disposição da peça publicitária com marcadores distintivos do caráter comercial da mensagem e a sua difusão no mesmo formato e lugar, como ocorre nas mídias tradicionais, facilitam este reconhecimento (SAMPAIO; CAVALCANTE, 2016, p. 58-59)¹⁴.

Nesse contexto, a pesquisa verificou que o acesso a conteúdos mercadológicos na televisão e nas mídias impressas está difundido entre todas as faixas etárias. No caso das redes sociais, é possível observar diferenças importantes entre crianças de diferentes idades: 44% dos usuários na faixa de 11 a 12 anos e 72% dos jovens usuários de 15 a 17 anos reconhecem esses conteúdos (Gráfico 16) – o que corrobora a hipótese de que a percepção sobre esse tipo de conteúdo varia com a experiência de uso da rede.

Ainda que não esteja necessariamente restrita a uma perspectiva de risco, a busca por informações sobre marcas ou produtos é outro indicador relevante de contato com a agenda do consumo. Em 2015, a TIC Kids Online Brasil aponta uma diferença importante entre crianças e adolescentes de áreas urbanas (44%) e rurais (25%). Os padrões de consumo das famílias também parecem influenciar na busca *on-line* por marcas e produtos. Enquanto nas classes AB (58%) essa procura foi maior, tal atividade foi menos citada (23%) nas classes DE (Gráfico 17).

¹⁴ Realizada pelo Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (GRIM), a pesquisa “Publicidade Infantil em tempos de convergência” foi objeto do termo de cooperação celebrado entre a Universidade Federal do Ceará (UFC) e o Ministério da Justiça (MJ). A investigação contou ainda com a parceria do NIC.br, que conduziu, por meio do Cetic.br, a etapa de coleta de dados em campo. A logística necessária para o recrutamento das crianças, a moderação dos grupos focais e as transcrições ficaram a cargo do IBOPE Inteligência.

GRÁFICO 16
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA OU PUBLICIDADE COM A QUAL TIVERAM CONTATO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR FAIXA ETÁRIA (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos

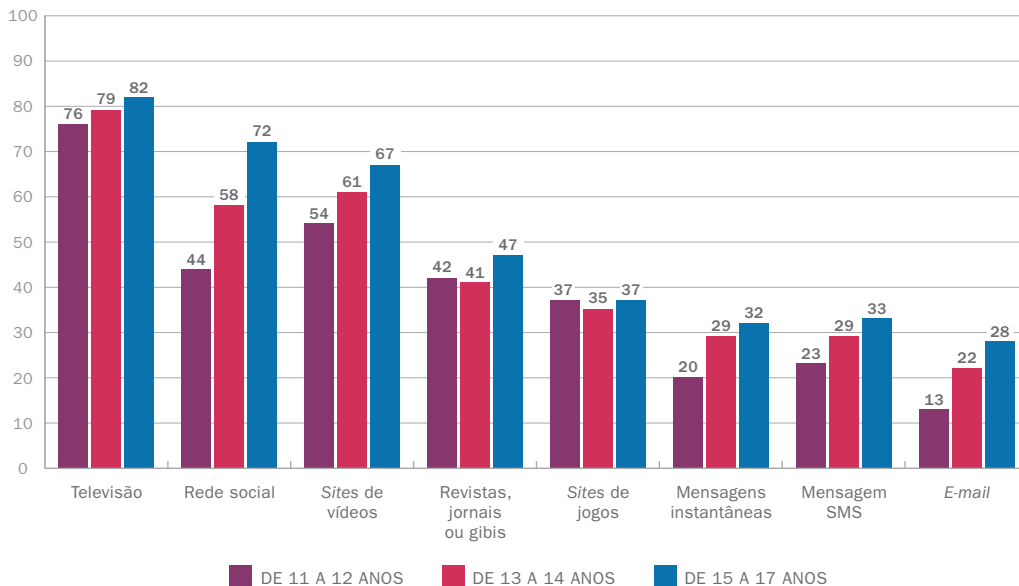
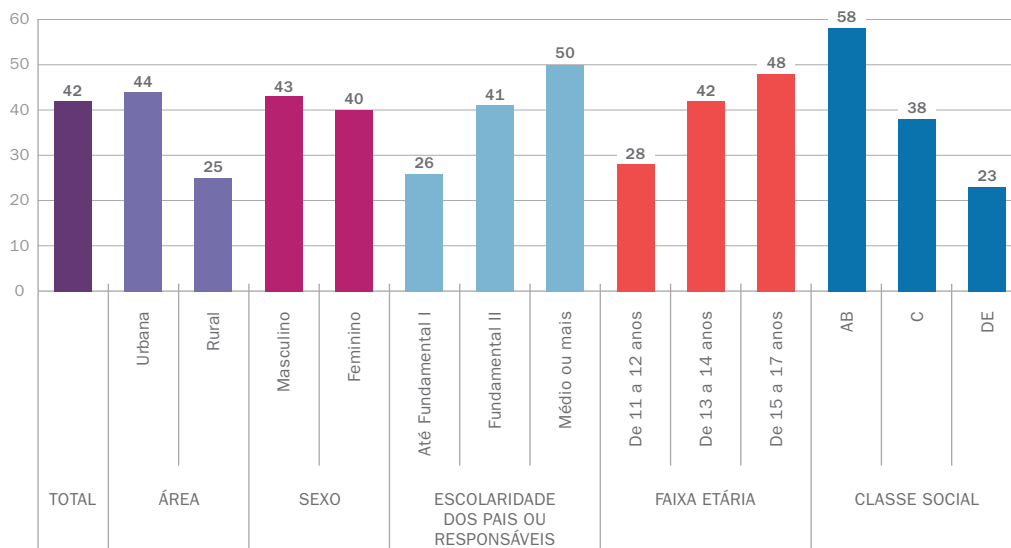


GRÁFICO 17
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PROCURARAM INFORMAÇÕES SOBRE ALGUMA MARCA OU PRODUTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 11 a 17 anos



Cerca de metade das crianças e adolescentes de 11 a 17 anos com perfil próprio em redes sociais seguiu ou curtiu conteúdos de propaganda ou publicidade (53%), e 21% compartilharam esse tipo de conteúdo em suas redes. Apenas 16% bloquearam ou deixaram de seguir páginas com esse tipo de conteúdo.

Entre os mais velhos, adolescentes de 15 a 17 anos de idade, foram mais difundidas tanto as atitudes de curtir e seguir (60%) quanto de bloquear e deixar de seguir (17%) propagandas ou produtos em redes sociais. Apenas 10% das crianças de 11 a 12 anos declararam deixar de seguir ou bloquear algum conteúdo de propaganda ou publicidade em redes sociais – o que indica que a resiliência frente a esse tipo de comunicação mercadológica guarda relação com a faixa etária. Cabe ainda ressaltar que os resultados apresentam estabilidade em relação à edição anterior da pesquisa (2014), se consideradas as margens de erro amostral para o indicador.

CONDUTAS DE RISCO

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2015 revela que 20% dos usuários de Internet de 9 a 17 anos afirmaram ter sido tratados de forma ofensiva na Internet – com destaque para os adolescentes na faixa de 15 a 17 anos que relataram algum tipo de incômodo na rede (24%). A edição de 2015 constatou pouca variação nas estimativas segundo gênero, renda familiar e classe social. Diferenças importantes foram verificadas entre crianças e adolescentes vivendo em áreas urbanas (21%), em comparação a áreas rurais (10%).

Adicionalmente, 12% das crianças e adolescentes usuários de Internet reportaram terem agido de forma ofensiva com outros na rede. Tal tipo de comportamento foi reportado por 13% dos meninos e 10% das meninas, diferença que não pode ser considerada relevante segundo as margens de erro amostral.

Entre os aspectos que recebem cada vez mais atenção no campo da proteção dos direitos de crianças e adolescentes está o tema da privacidade e proteção de dados pessoais. Os resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil apontam que 18% dos usuários de Internet de 11 a 17 anos publicaram algo na Internet e se arrependeram depois. Esse percentual foi maior entre os adolescentes de 15 a 17 anos de idade: 25%. Apresentando pouca variação entre meninos e meninas, foi reduzida a menção a temas associados à segurança e privacidade. Entre crianças e adolescentes usuários de Internet de 11 a 17 anos, 7% afirmaram que alguém tentou se passar por eles na Internet; para outros 4% alguém usou suas informações na Internet de um jeito que eles não gostaram; e 3% declararam que alguém usou sua senha para acessar dados pessoais na Internet.

Por fim, é importante destacar condutas problemáticas relacionadas ao uso excessivo da rede: 22% dos usuários de Internet de 11 a 17 anos disseram tentar sem sucesso passar menos tempo na Internet. Outros 20% se sentiram mal em algum momento por não poderem estar conectados e 18% deixaram de comer por causa da Internet. Ainda que os percentuais sejam maiores entre adolescentes, chama atenção a menção a esse tipo de reação ao uso da Internet mesmo entre crianças mais novas.

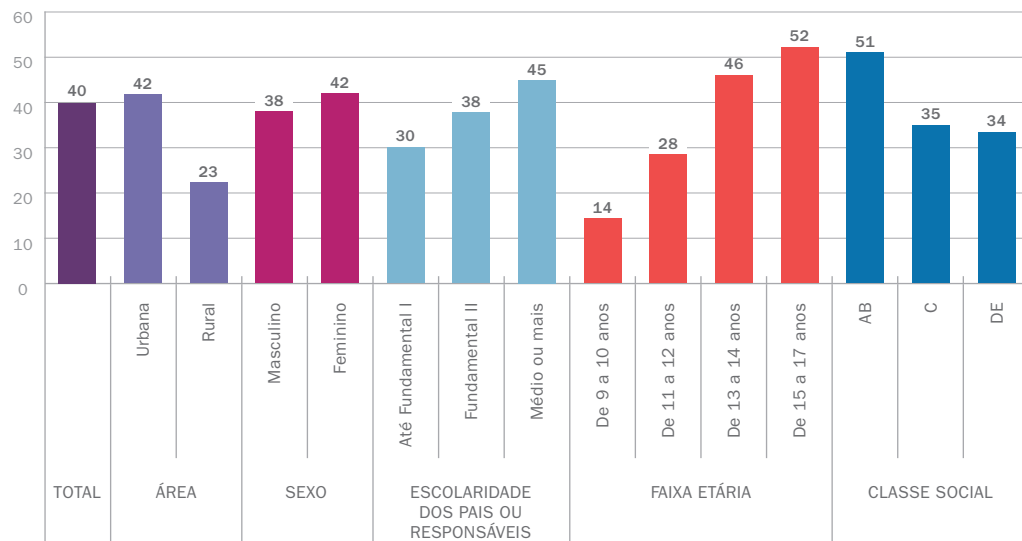
INTOLERÂNCIA E DISCURSO DE ÓDIO NA REDE

Outro tópico que passou a ter destaque no debate sobre a proteção de direitos *on-line* é o discurso de ódio e intolerância na rede, tema que está entre os tipos de informação que merecem ser legitimamente restritos sob as normas internacionais de direitos humanos e liberdade de expressão (RUE, 2011).

Em sua quarta edição, de modo a ampliar a investigação sobre esse assunto, a TIC Kids Online Brasil passou a incorporar novas questões sobre conteúdos de discriminação. A edição de 2015 indica que, entre as crianças e adolescentes usuários de Internet, 40% declararam ter visto alguém ser discriminado na Internet nos 12 meses anteriores à pesquisa, o equivalente a 9,3 milhões de crianças – aspecto que está entre os mais citados entre os possíveis riscos investigados pela pesquisa (Gráfico 18). O contato com casos de discriminação foi menos citado entre os mais novos: 14% entre as crianças na faixa de 9 a 10 anos e 28% entre as crianças na faixa de 11 a 12 anos de idade. Essa proporção foi maior entre os mais velhos, chegando a 52% entre os adolescentes de 15 a 17 anos de idade.

Variáveis associadas à condição socioeconômica do domicílio, como a classe social e a escolaridade do pai ou responsável, também parecem contribuir para o reconhecimento de casos de discriminação – mais citados entre usuários da rede pertencentes às classes AB (51%) e entre aqueles cujos pais possuem escolaridade para além do Ensino Médio (45%).

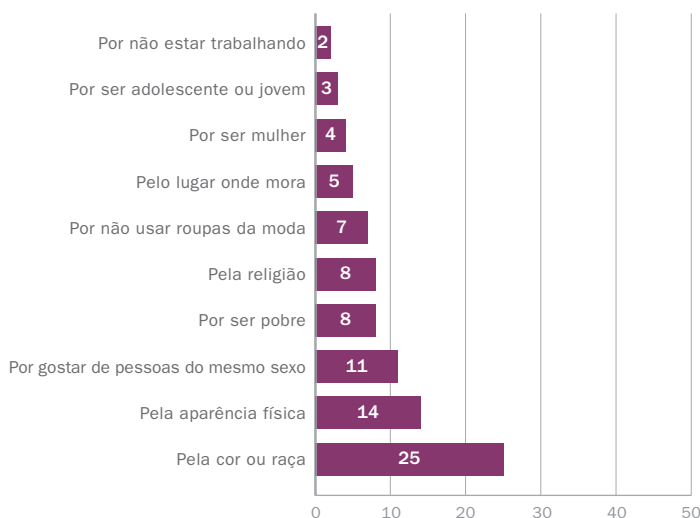
GRÁFICO 18
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Entre os tipos de discriminação presenciados, o preconceito de cor ou raça surgiu com a maior quantidade de menções: 25% (Gráfico 19). Ainda que pouco citado entre crianças de 9 e 10 anos (8%), chegou a 33% entre os adolescentes na faixa de 15 a 17 anos de idade. A proporção de contato com casos de discriminação não apresentou diferenças relevantes segundo sexo e escolaridade dos pais ou responsáveis.

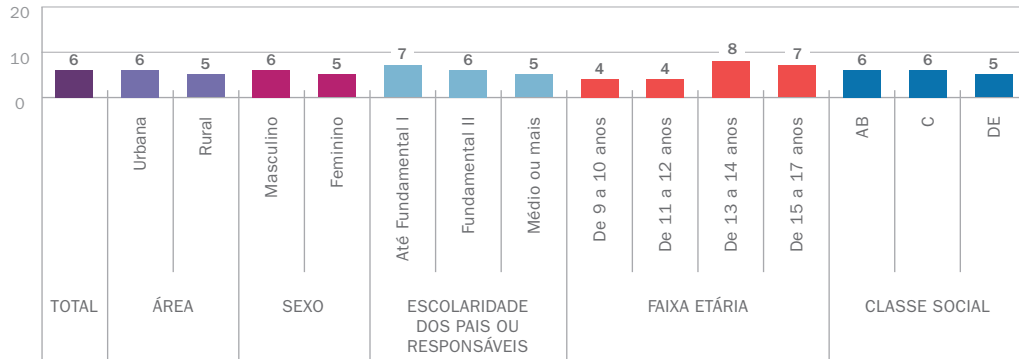
As demais formas de discriminação foram citadas em patamares menores, com destaque para a preocupação com a aparência física (14%) e para o relacionamento entre pessoas do mesmo sexo (11%). A menção à discriminação por ser mulher (4%) foi reconhecida em menor proporção por crianças e adolescentes, ainda que aspectos de gênero permeiem as demais formas de discriminação relacionadas.

GRÁFICO 19
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO
TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



A pesquisa revela ainda que 6% dos jovens se sentiram discriminados na Internet no último ano (Gráfico 20), compreendendo a parcela de indivíduos que efetivamente declara ter sido afetada por esse tipo de caso de intolerância. Vale ressaltar que o percentual reduzido de respondentes impede uma análise mais detalhada do perfil dos jovens que se sentiram discriminados no ambiente *on-line*. Contudo, tratando-se de eventos potencialmente prejudiciais para o desenvolvimento de crianças e adolescentes, o acompanhamento dos resultados na série histórica da pesquisa pode produzir indícios importantes da repercussão do discurso de ódio entre essa população.

GRÁFICO 20
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE SE SENTIRAM DISCRIMINADOS NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)
 Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



MEDIAÇÕES DO USO DA REDE

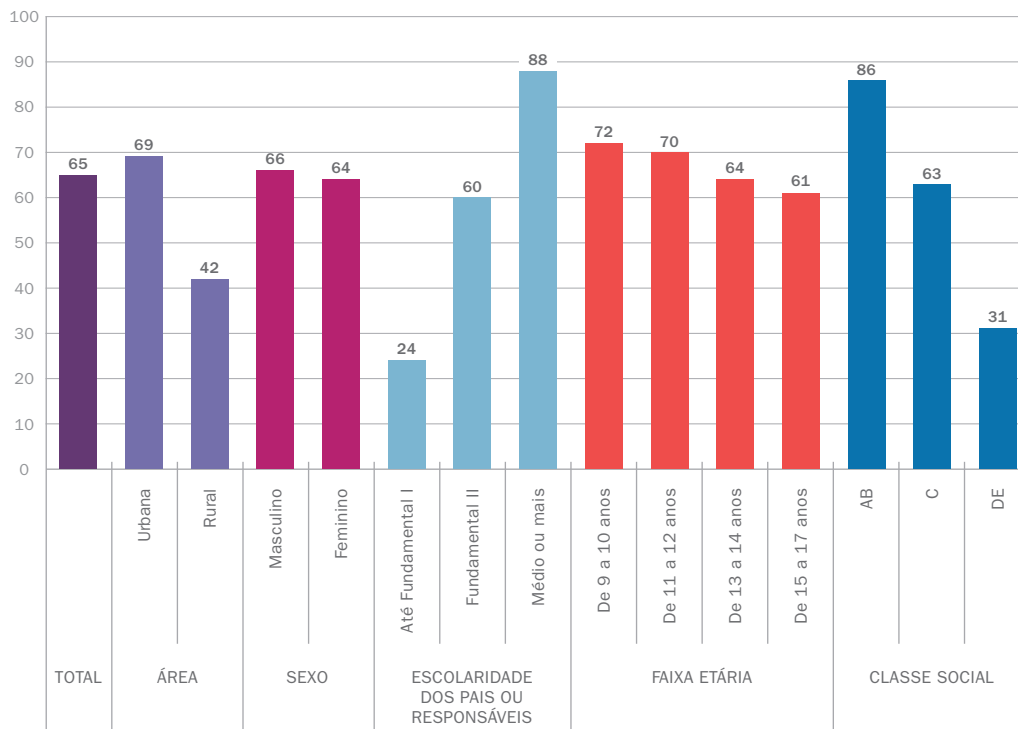
MEDIAÇÃO PARENTAL: CONTEXTO E PERCEPÇÕES

De forma análoga ao acesso e uso da rede por crianças e adolescentes, suas experiências *on-line* estão inseridas em um contexto social de uso mediado por pais, familiares e pares, bem como por diferentes atores escolares (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014). Nesse sentido, desde a sua primeira edição, a TIC Kids Online Brasil tem produzido estimativas por meio de entrevistas com pais e mães ou responsáveis no domicílio selecionado¹⁵. Tendo em vista a relevância que a mediação parental assume no debate sobre a socialização de jovens *on-line*, a pesquisa busca ainda entender as estratégias de mediação mais utilizadas e identificar barreiras e motivações para o exercício de tais práticas.

O uso da Internet por pais e responsáveis tem sido apontado como um fator de influência importante sobre as estratégias de mediação por eles empregadas (CGI.br, 2014). Nesse sentido, a pesquisa confirma que a exclusão digital entre os pais e responsáveis merece atenção das políticas públicas: em 2015, seis em cada dez pais ou responsáveis (65%) de crianças usuárias da rede declararam ter feito uso da Internet nos três meses que antecederam a realização da pesquisa (Gráfico 21). Ainda que esse dado tenha apresentado um acréscimo em relação aos anos anteriores (50% em 2014, 51% em 2013 e 47% em 2012), os dados revelaram que os menores percentuais de pais e responsáveis conectados estavam nas áreas rurais (42%), entre aqueles das classes DE (31%) e de baixa escolaridade (24% até o Ensino Fundamental I).

¹⁵ Optou-se por entrevistar prioritariamente o responsável que melhor pudesse descrever a relação do filho ou tutelado com a Internet. Nesse sentido, os pais ou responsáveis são considerados uma unidade respondente, mas não são representativos da população de pais e responsáveis residentes em domicílios particulares permanentes no Brasil, dada a forma em que foram selecionados para responder à pesquisa (associação com a unidade informante criança ou adolescente). Mais informações no Relatório Metodológico.

GRÁFICO 21
PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS
ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES (2015)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



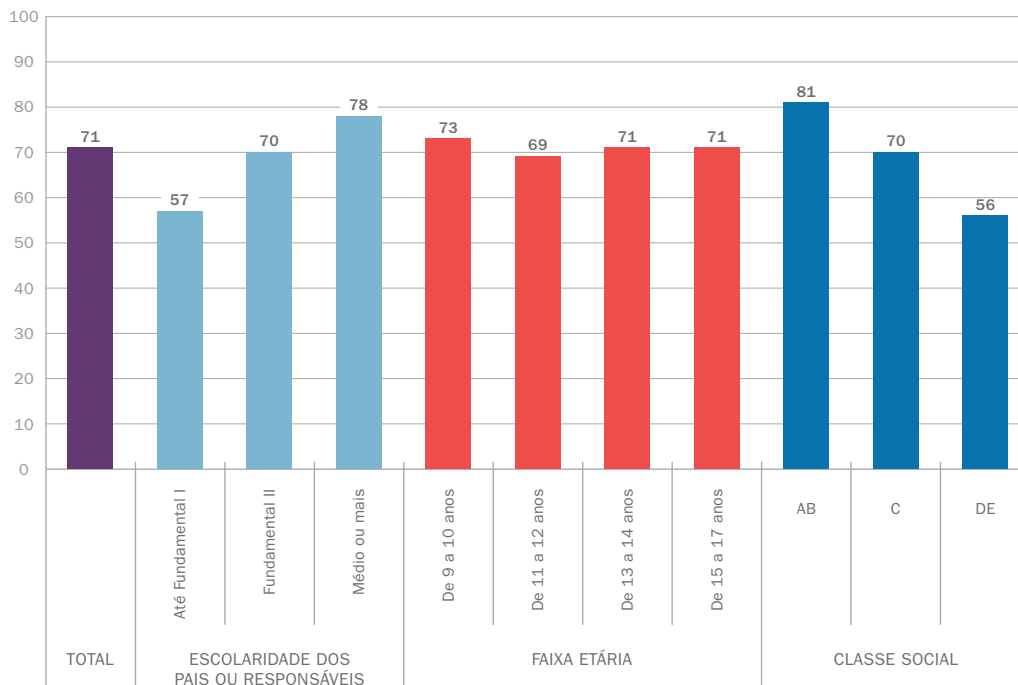
Em linhas gerais, a percepção de riscos *on-line* por parte de pais e responsáveis é baixa. A edição de 2015 aponta que, para 71% deles, os filhos ou tutelados utilizaram a Internet com segurança (Gráfico 22) – proporção estável em relação às edições anteriores da pesquisa. A percepção sobre segurança se mostrou maior entre pais e responsáveis das classes AB (81%) e com nível educacional mais alto (78% entre os pais com Ensino Médio ou mais). A percepção de segurança dos próprios filhos também é maior nos estratos em que o uso da rede é mais difundido (classes sociais mais altas e entre os indivíduos de maior escolaridade), o que pode indicar que a experiência *on-line* de pais e responsáveis pode ser relevante para explicar as estratégias de mediação.

As mídias tradicionais, como televisão, rádio, jornais ou revistas, destacaram-se entre as fontes de informação utilizadas para a busca de informações sobre o uso seguro da Internet, citadas por 53% dos pais e responsáveis, sendo ainda mais presente entre os indivíduos com maior escolaridade (62% entre os que possuem Ensino Médio ou mais). Também foi relevante a busca de informações sobre o uso seguro da Internet entre familiares e amigos (51%) e por meio da própria criança ou adolescente (49%). As menções à escola (36%) ou aos provedores de serviços de Internet (32%) ficaram em patamares inferiores – o que indica a necessidade de difusão do debate sobre os impactos da Internet por iniciativa das políticas públicas e também de ações do setor privado.

GRÁFICO 22

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS (2015)

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



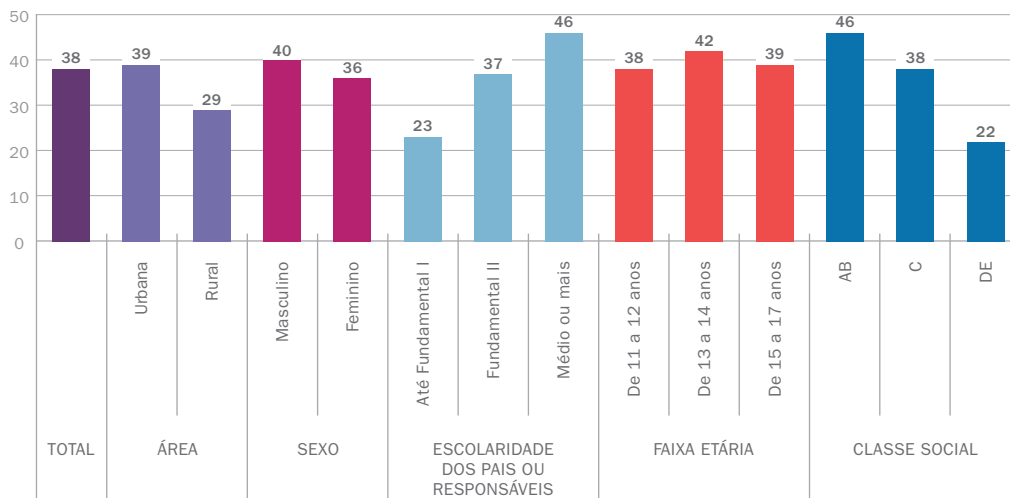
Apesar da percepção positiva quanto ao uso seguro da rede por parte dos filhos ou tutelados, é relevante o percentual de pais e responsáveis que afirmaram que seus filhos ou tutelados entraram em contato com propaganda inadequada para sua idade (38%), presente em nível semelhante entre pais e responsáveis de crianças de todas as faixas etárias investigadas (Gráfico 23). É importante notar que, entre pais e responsáveis de nível de escolaridade mais baixo (23%) e das classes DE (22%), a preocupação com a adequação dos conteúdos publicitários foi menos intensa.

A TIC Kids Online Brasil também traz dados sobre a influência de crianças e adolescentes sobre a demanda de consumo das famílias, e aponta que cerca de um terço dos pais e responsáveis reportaram pedidos de seus filhos ou tutelados por produtos divulgados na Internet. Tal tipo de solicitação foi menor em áreas rurais (10%) e entre famílias de baixa renda (13% entre crianças e adolescentes com renda familiar de até um salário mínimo). Não foi possível encontrar diferenças relevantes na comparação entre a faixa etária das crianças em questão. Entre as demandas por produtos atribuídas por pais e responsáveis à propaganda *on-line*, destacou-se a solicitação de equipamentos eletrônicos (20%) e de roupas e sapatos (16%).

GRÁFICO 23

PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NÃO APROPRIADA PARA A SUA IDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015)

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



ESTRATÉGIAS EMPREGADAS

Desde a sua primeira edição, a pesquisa TIC Kids Online Brasil tem investigado entre pais e responsáveis a natureza das estratégias mais utilizadas para a mediação do uso da Internet por seus filhos ou tutelados, seja desde uma perspectiva restritiva, seja por meio de estratégias mais interativas. A pesquisa adota como referencial para medição a classificação das tipologias de mediação do uso da rede desenvolvida pela rede EU Kids Online (HELSPER et al, 2013), a saber: a) mediação do uso ativo da rede; b) mediação do uso seguro da rede; c) mediação restritiva; d) restrições técnicas; e) monitoramento de atividades.

Em 2015, a pesquisa aponta que uma parcela importante dos pais ou responsáveis menciona estratégias de mediação ativa do uso da rede: 78% explicaram aos filhos que alguns *sites* são apropriados e outros não, 74% ensinaram aos filhos como se comportar com outras pessoas *on-line* e outros 71% conversaram com o filho sobre o que ele faz na Internet. Em um patamar inferior, foram mencionadas ainda estratégias que dizem respeito ao uso seguro de mídias digitais por crianças e adolescentes: 67% ensinaram ao filho formas de utilizar a Internet com segurança, 65% explicaram o que deve ser feito quando surgir algo na rede que possa causar chateação ou incômodo e outros 54% ajudaram o filho quando esse incômodo já ocorreu.

Entre as estratégias mais restritivas foram mencionados o monitoramento das práticas *on-line* dos filhos ou tutelados e a utilização de ferramentas técnicas de bloqueio. Tais estratégias foram reportadas por uma parte ainda menor dos pais: 58% declararam estabelecer regras para o uso do telefone celular, 53% verificaram o que o filho estava fazendo nesse dispositivo e 48% deixaram o filho sem utilizar o telefone por algum tempo.

De modo geral, os resultados da pesquisa indicam que a faixa etária da criança ou adolescente foi a variável mais relevante para explicar o emprego de diferentes estratégias de mediação parental. Não foi possível observar disparidades importantes nos indicadores coletados quando considerados renda familiar ou sexo das crianças, ainda que estudos com abordagem qualitativa apontem que a mediação parental possa apresentar diferentes padrões, de acordo com variáveis, como o sexo do filho e características sociodemográficas dos pais ou responsáveis (TALVES; KALMUS, 2015).

CONSIDERAÇÕES FINAIS: AGENDA PARA POLÍTICAS PÚBLICAS

Em sua quarta edição consecutiva, a pesquisa TIC Kids Online Brasil consolida-se como fonte de dados relevante para a formulação, implementação e avaliação de políticas públicas. As rápidas mudanças verificadas nas práticas digitais da população – que são ainda mais evidentes entre os indivíduos de 9 a 17 anos – representam um desafio para a proteção e promoção dos direitos de crianças e adolescentes. Não há dúvida, entretanto, que tais desafios exigem uma coordenação de esforços que envolve o governo, o setor privado, a sociedade civil, a escola e as famílias.

Como vimos, os novos problemas que se apresentam convivem ainda com a perpetuação de importantes desigualdades de acesso às TIC. Especialmente por se tratar de indivíduos em idade escolar, a exclusão digital entre esse público pode produzir o acirramento de desigualdades no futuro. Se o acesso à Internet se constitui em dimensão importante da cidadania no século 21, a sua universalização entre os jovens deve ser tratada como prioridade.

Ao detalhar as atividades *on-line* de meninas e meninos, a série histórica da pesquisa TIC Kids Online Brasil também registrou a crescente importância dos dispositivos móveis, que reconfiguraram os perfis de uso da rede. O avanço do uso da Internet por meio de telefones celulares, acompanhado pela disseminação das redes sociais e de aplicações de mensagens instantâneas, tornaram a Internet cada vez mais ubíqua e presente em todos os espaços de socialização.

Por outro lado, a investigação de habilidades digitais contribui para a problematização do conceito “nativo digital”. Enquanto as habilidades instrumentais se disseminam muito rapidamente entre os jovens, a pesquisa TIC Kids Online Brasil registra estabilidade quanto à presença de habilidades criativas e críticas neste público. Enquanto instituição que afeta e é afetada pela cultura digital (CGI.br, 2016a), a escola assume papel central para o desenvolvimento de competências que mitiguem os riscos e provenham maior acesso às oportunidades propiciadas pela Internet. A convicção de que riscos e oportunidades caminham juntos é, portanto, central para as políticas educacionais. Assim como não é imediata a conversão de oportunidades em benefícios tangíveis, sabe-se com maior clareza que são inúmeros os fatores que fazem com que riscos sejam efetivamente transformados em danos ao desenvolvimento de crianças e adolescentes.

Ao mesmo tempo em que amplifica de forma exponencial a possibilidade de livre expressão e participação de crianças e adolescentes nos debates públicos, a Internet também gera desafios, como as novas configurações da privacidade e a agenda de proteção de dados pessoais. Ainda

que avance no Congresso Nacional, a legislação de proteção de dados pessoais ainda trata de forma lateral a especificidade dos contextos em que crianças e adolescentes estão inseridos.

O acirramento da intolerância e do discurso de ódio na rede é outro tema que merece atenta consideração das políticas públicas, e esteve entre os conteúdos de risco mais mencionados na pesquisa TIC Kids Online Brasil. Ao iniciar em 2015 um monitoramento mais detalhado do tema, a pesquisa também subsidia ações do governo e da sociedade que promovam uma Internet inclusiva e para todos.

REFERÊNCIAS

BUCKINGHAM, D. *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo: Loyola, 2007.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras – TIC Educação 2015*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2016a.

———. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2015*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2016b.

———. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 25 set. 2016.

———. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2013*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2016.

———. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2012*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2013a. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2016.

———. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil – TIC Domicílios e Empresas 2012*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2013b. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-domicilios-e-empresas-2012.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2016.

DIAS, V. C. *“Morando na rede”*: novos modos de constituição de subjetividades de adolescentes nas redes sociais. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

DIMAGGIO, P.; HARGITTAI, E.; CELESTE, C.; SHAFER, S. “From Unequal Access to Differentiated Use: Literature Review and Agenda for Research on Digital Inequality”. In. NECKERMAN, K. (org.). *Social Inequality*. Nova Iorque: Russell Sage Foundation, 2004, p. 355-400.

FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA – UNICEF. *Kids Online: Chic@s conectados*. Investigación sobre percepciones y hábitos de niños, niñas y adolescentes en Internet y redes sociales. Buenos Aires: UNICEF, 2016. GALPERIN, H.; MARISCAL, J.; BARRANTES, R. *The Internet and Poverty: Opening the Black Box*. Victoria: DIRSI, 2014.

HELSPER, E. J.; KALMUS, V.; HASEBRINK, U.; SAGVARI, B.; DE HAAN, J. *Country classification: opportunities, risks, harm and parental mediation*. Londres: EU Kids Online, 2013.

LIVINGSTONE, S. “Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: teenagers’ use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression”. *New Media & Society*, v. 10, n. 3, 2008, p. 393-411.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. "Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet". *New Media & Society*, v. 12, n. 2, 2010, p. 309-329.

_____. "Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide". *New Media & Society*, v. 9, n. 4, 2007.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. *EU Kids Online: Final report*. Londres: EU Kids Online, 2009. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/24372/>>. Acesso em: 25 set. 2016.

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

LIVINGSTONE, S.; MASCHERONI, G.; MURRU, M. F. *Social networking among European children: new findings on privacy, identity and connection*. Londres: EU Kids Online, 2011.

LIVINGSTONE, S.; KIRWIL, L.; PONTE, C.; STAKSRUD, E. "In their own words: What bothers children online?" *European Journal of Communication*, v. 29, n. 3, 2014, p. 271-288.

LIVINGSTONE, S.; MASCHERONI, G.; STAKSRUD, E. *Developing a framework for researching children's online risks and opportunities in Europe*. Londres: EU Kids Online, 2015.

MACEDO, N. M. R. "Você tem face?": sobre crianças e redes sociais online. Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2014.

MASCHERONI, G.; CUMAN, A. *Net Children Go Mobile: Final report*. Milão: Net Children go Mobile, 2014.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: Risks and opportunities*. 2. ed. Milão: Net Children Go Mobile, 2014.

PETER, J.; VALKENBURG, P. M. "Adolescents' Internet Use: Testing the 'disappearing Digital Divide' versus the 'emerging Digital Differentiation' Approach". *Poetics*, v. 34, n. 4-5, 2006, p. 293-305.

PONTE, C.; SIMÕES, J. A. "Comparando resultados sobre acessos e usos da Internet: Brasil, Portugal e Europa". In: COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013, p. 27-35.

RUE, F. L. *Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression*. Nações Unidas, 2011.

SAMPAIO, I. V.; CAVALCANTE, A. P. *Publicidade infantil em tempos de convergência*. GRIM, 2016. Disponível em: <http://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/publicidade_infantil.pdf>. Acesso em: 25 set. 2016.

SOZIO, M., PONTE, C., SAMPAIO, I., SENNE, F., ÓLAFSSON, K., ALVES, S.; GARROUX, C. *Children and Internet use: a comparative analysis of Brazil and seven European countries*. Londres: EU Kids Online, 2015.

TALVES, K.; KALMUS, V. (2015). "Gendered mediation of children's internet use: A keyhole for looking into changing socialization practices". *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, v. 9, n. 1. Disponível em: <<http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2015051404&article=4>>. Acesso em: 27 set. 2016.

UNIÃO INTERNACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES – UIT. *Manual for measuring ICT access and use by households and individuals 2014*. Disponível em: <http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ITCMEAS-2014-PDF-E.pdf>. Acesso em: 9 set. 2016.

VAN DEURSEN, A.; VAN DIJK, J. "The digital divide shifts to differences in usage". *New Media and Society*, jun. 2013, p. 1-20.

VAN DEURSEN, A.; HELSPER, E. J.; EYNON, R.; VAN DIJK, J. *Compound and Sequential Digital Exclusion: Internet Skills, Uses and Outcomes*. In: 66TH ANNUAL ICA CONFERENCE, Fukuyama, 2016.

VAN DIJK, J. *The deepening divide: inequality in the information society*. Londres: Sage, 2005.

WEI, L.; HINDMAN, D. B. "Does the digital divide matter more? Comparing the effects of new media and old media use on the education-based knowledge gap". *Mass Communication and Society*, v. 14, n. 2, 2011, p. 216-235.

ENGLISH

FOREWORD

By improving education, reducing inequality, and broadening the possibilities for dialogue, learning and participation via the Internet, information and communication technologies (ICT) create numerous opportunities. They thus contribute to building a more equitable world. On the downside, the Internet can mirror and amplify imperfections, offenses, and illicit or unethical offline actions.

In the words of British writer Gilbert Keith Chesterton (1874–1936), “the reformer is always right about what is wrong. He is generally wrong about what is right.” Though it is easy and necessary to point out its flaws, we must also underscore and defend the Internet’s positive aspects and successes. One such success is how the Internet has been managed in Brazil through multistakeholder governance promoted by the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br).

Defending openness and freedom of the Internet in the country, the Committee established ten governing principles for Internet use in Brazil. They promote respect for human rights, freedom of expression, user privacy and cultural diversity. CGI.br also played an active role in the creation of the Marco Civil da Internet (Brazilian Civil Rights Framework for the Internet), an important law that, rather than advocating punishment, establishes key Internet principles and rules for protecting users.

In the same vein, in 2016, the Brazilian Network Information Center (NIC.br), executive branch for CGI.br decisions and projects, inaugurated an important improvement in the physical infrastructure of the Internet in Brazil: a 20-km fiber ring connecting NIC.br data processing centers in the city of Sao Paulo. This increased infrastructure security, bringing it to the level of the best data centers in the world. It improved the quality and capacity of the Internet Exchange (PTT.br, IX.br) service. Today, it is the largest traffic exchange point in the Southern Hemisphere and one of the largest in the world. Thanks to sound management practices, the income generated by the registration of .br domains, and the distribution of IP addresses, NIC.br has been able to finance the optimization and improvement of the Internet in Brazil without any external aid.

These same resources are used by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) to produce statistics that measure ICT access and use among different sectors of the Brazilian population and to generate indicators that meet the quality and comparability standards established by international organizations. Recognized as a United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations (Unesco) center, Cetic.br also develops actions focused on capacity-building in the production and use of ICT research, extending its training activities to countries in Latin America and Portuguese-speaking Africa.

In the 4th edition of the ICT Kids Online Brazil survey, Cetic.br once again helps with the planning of public policies that not only promote improve the Internet, but also contribute to digital inclusion and the use of the Internet to promote the well-being of all.

Enjoy your reading!

Demi Getschko

Brazilian Network Information Center – NIC.br

PRESENTATION

Throughout its development, the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) has established itself as a privileged and highly qualified forum for the discussion of strategic issues related to the development of the Internet and its governance in the country. Based on multi-stakeholder membership that pulls together different sectors of society and government, CGI.br has also become an arena in which different viewpoints can be expressed and debated.

After 21 years of existence, CGI.br is at a unique point in its maturity and recognition at the national and international levels. The NETmundial meeting, organized by the Committee jointly with the Brazilian government, has yielded important results for the global debate on Internet governance. It is also noteworthy that the Internet Governance Forum has taken place twice in Brazil: in Rio de Janeiro (RJ) in 2007 and in João Pessoa (PB) in 2015.

The contributions of CGI.br also occur through numerous other regular activities in favor of the development of the Internet in Brazil, such as the Internet Forum, the Brazilian Internet Governance School, the Internet Observatory, technical chambers and several other initiatives of the Brazilian Network Information Center (NIC.br). Also noteworthy are activities related to network security carried out by the Brazilian National Computer Emergency Response Team (Cert.br), measurement of broadband quality and the operation of the traffic exchange points (IX.br) conducted by the Center of Study and Research in Network Technology and Operations (Ceptro.br), studies and experiments with new web technologies conducted by the Web Technologies Study Center (Ceweb.br), and activities of the World Wide Web Consortium (W3C) office in Brazil.

Among the contributions made by CGI.br to the future of the Internet in our country are the research activities of the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), which are carried out with the goal to support the formulation, implementation and evaluation of public policies to foster the use of information and communication technologies (ICT). The indicators and analysis generated by Cetic.br represent an important instrument for monitoring the information society and how the Internet has advanced in the country. The production of reliable and internationally comparable statistics becomes even more relevant for monitoring the United Nations (UN) 2030 Agenda for Sustainable Development, of which Brazil is a signatory.

Specialized research in ICT conducted by Cetic.br enables CGI.br to offer input to assist government and civil society in activities for the development of a Brazilian digital strategy, and serves as an important tool for monitoring progress towards the achievement of sustainable development goals.

We hope that this input will contribute to strengthening the role of CGI.br, promoting an even more transparent forum that is qualified and engaged in discussions that will guide the future of the Internet in Brazil

Maximiliano Salvadori Martinhão
Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br

INTRODUCTION

Researchers and policymakers who work with children's rights agenda recognize that the use of information and communication technologies (ICT) has important social implications for young people's lives, given the resulting transformation in the way they relate to their peers, families, and teachers and how they construct their identities. In the Brazilian scenario, specifically, portable digital devices, such as tablets and smartphones, have become the preferred means used by Brazilian children to access to Internet.

If on the one hand this reality creates many opportunities to involve young people in an increasingly connected world, on the other, it poses great challenges to parents and educators, especially in a country in which half of the households are not connected to the Internet¹. Sociodemographic variables, such as family income, social class and education level of parents and legal guardians, which impact conditions for Internet connection, also have significant implications in the mediation strategies used by parents and legal guardians with their children.

In the context of public policies, the greatest challenge lies in the creation of actions that ensure universal access to digital technologies and that promote the simultaneous participation and protection of children in the online environment. Furthermore, child-directed industries and media are faced with the challenge of publicizing new products, and transmitting and creating content that is suited to the global development of boys and girls. In the context of schools and educators, the challenges can be summarized in two main points: promoting digital competencies and stimulating the critical and safe use of ICT – which includes privacy and personal data protection issues.

For these reasons, it is essential to conduct regular measurements that can inform policies with reliable data on the possible impact of digital devices on the lives of children, whether in terms of potential online risks or opportunities. Moreover, such data also provides important evidence for academic research.

The ICT Kids Online Brazil survey, conducted annually by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), was created precisely to rectify the lack of reliable and methodologically sound data on the topic. The main objective of the survey is to map possible online risks and opportunities, generating indicators on Internet access and use by children aged 9 to 17 years. The goal is to understand the perceptions of young people about their online experiences and safety, in addition to defining parental mediation practices related to Internet use.

¹ BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE - CGI.br. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Households – ICT Households 2015*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2016. Available at: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>>. Accessed on: Oct 5, 2016.

The survey follows the methodological framework developed by the EU Kids Online network, which allows for international comparisons of data. It is also worth noting that with over a decade of experience in conducting ICT surveys, Cetic.br has become an important voice in international debates about the standardization of indicators and methodological definitions for the production of ICT statistics.

In addition to maintaining active participation in the academic forums of the EU Kids Online network, Cetic.br is part of the Global Kids Online network, an initiative launched by the London School of Economics (LSE), the Unicef Office of Research – Innocenti, and the EU Kids Online network. This project aims to develop a set of global standardized research instruments for collecting data regarding the risks, opportunities and rights of children in the online environment. The work of the Global Online Kids network is based on the framework developed by the European project.

Cetic.br also coordinates the Kids Online Latin America network, which already involves the participation of several countries in the region. This new project proposes to adapt the theoretical and methodological framework of the EU Kids Online network to the Latin American context and to promote sharing of experiences among researchers, also fostering international data comparability. To this end, Chilean researchers, led by professors from the Pontifical Catholic University of Valparaiso, are already working on this adaptation, conducting a quantitative pilot project. In Argentina, the Unicef regional office has published a quali-quantitative analysis of the online experiences of children in the country.

Another relevant activity by Cetic.br has been the development of a new line of action focused on capacity-building in the production and use of ICT statistical data among researchers, public administrators, representatives of civil society and international organizations. Recent years have seen an increase in Cetic.br's ability to conduct capacity-building workshops in Brazil, Latin America and Portuguese-speaking Africa, addressing theoretical and practical concepts in research methodology, and also stimulating debates among data users. This activity has become important to the dissemination of data to bring together ICT statistics producers and consumers.

ICT KIDS ONLINE BRAZIL SHOWS INEQUALITY IN INTERNET ACCESS IN THE COUNTRY

The ICT Kids Online Brazil 2015 survey showed the influence of demographic and social aspects on conditions for Internet access by children and their digital experience, online practices and skills, and the opportunities and risks to which they are exposed. The survey also showed that Internet use via mobile digital technologies has become increasingly intense and frequent in the daily lives of Brazilian children.

The fourth edition of the survey also started producing estimates of the total population of children with regard to Internet access and how it is used. The results showed that about 23 million children between the ages of 9 and 17 years old were Internet users; the research defined Internet users as those who used the Internet at least once in the three months prior to the study. This corresponds to 79% of the Brazilian population in this age group. However, ICT Kids Online Brazil showed that in 2015, approximately 6.3 million children were not Internet users, of whom 3.6 million had never accessed the Internet (12% of the population 9 to 17 years old).

Lack of Internet access at home emerged as the main reason for nonuse of the Internet by this age group: 15% of children (equivalent to 4.5 million individuals) reported that they had not accessed the Internet because there was no Internet connection at home. This reason was cited primarily by children residing in rural areas (32%), in the North (32%) and Northeast (21%), by those in class DE (37%), and by those from families with an income of up to one minimum wage (32%).

Even among those who were connected, regional and socioeconomic differences still stood out. In urban areas, 84% of children 9 to 17 years old were Internet users, while in rural areas this rate fell to 56%. In the North, only 54% were connected, a figure that reached 70% in the Northeast; however this rate was approximately 90% in the other regions. In classes A and B, Internet use was practically universal (97%); in class DE, only half of the children were Internet users.

These results show the persistence of striking regional and socioeconomic inequalities that restrict the opportunities enjoyed by children, which must be taken into account when promoting digital inclusion policies. Special attention must be given to reducing connection costs – coupled with constant increases in quality – as recommended by the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and the Inter-American Development Bank (IDB).²

Throughout its editions, the survey has also shown that children have been intensifying their Internet use. The most frequent Internet use – more than once a day – increased across all social classes, even though growth was higher among children of higher income families than those from class DE. In the first case, this percentage grew from 21%, in 2014, to 80% in 2015, and in the second, 25% to 51%.

This use took place primarily on mobile phones. Growth in connection on these mobile devices has been a highlight of the survey in recent years: in 2012, 21% of Brazilian children who were Internet users went online on mobile phones, a figure that reached 82% in 2014 and remained stable in 2015 (85%). One in three connected children (31%) used only mobile phones to access the Internet, a percentage that reached 55% among children from class DE. Internet use on portable computers and tablets also remained stable, taking the margin of sampling error into account.

This year's edition also began investigating intolerance and hate speech on the Internet and revealed that 40% of children who were Internet users reported having witnessed someone being discriminated against in the previous year – corresponding to 9.3 million children. Exposure to discrimination incidents was less reported among younger children (14% among 9- and 10-year-olds), but reached 52% among adolescents between the ages of 15 and 17.

Among the reasons behind such incidents, the most commonly listed was prejudice due to color or race (mentioned by 25% of young Internet users), followed by physical appearance (14%) and same-sex attraction (11%). Moreover, 6% of the children who went online said they had suffered some type of discrimination on the Internet in the previous year, which represents 1.4 million individuals. These figures translate into online risk situations that must be targeted, not only by public policies in the educational context and other government actions related

² OECD; IDB. *Broadband Policies for Latin America and the Caribbean: A Digital Economy Toolkit*. Paris: OECD Publishing, 2016.

to Internet safety, but also by parental mediation strategies. It is also important to remember that these problems are not exclusive to the Internet and occur simultaneously in the everyday offline lives of young Brazilians.

These and other results of the ICT Kids Online Brazil 2015 survey – presented in detail in the aggregated tables and analytical reports that make up this publication – outline the scenario of ICT access and use by children in Brazil.

It is also worth mentioning the ICT surveys conducted by Cetic.br are monitored by a group of experts whose invaluable contributions in the planning and analysis stages have given legitimacy to the process and enhanced the transparency of the methodological choices. Renowned for their competence and knowledge in investigating ICT development, these professionals are affiliated with academic and government institutions, international organizations, the nongovernmental sector and research institutions, and today provide solid support for conducting the surveys.

This publication is structured as follows:

Part 1 – Articles: Contributions from academic specialists and representatives of government and international organizations that discuss issues critical to the debate on Internet use by children. The articles take stock of the current scenario of transformation in Internet use by children, emphasizing themes such as the critical and shared use of digital languages, the right of adolescents to online participation and the phenomenon of children as producers of content on video platforms. From the point of view of risks, the articles address excessive Internet use, privacy issues and the problems caused by the hacking of online social networking profiles. The empirical studies that explore the ICT Kids Online Brazil survey database present debates on aspects that bother children on the Internet and the topic of parental mediation.

Part 2 – Methodological report: Includes a description of the sample design applied in the survey and analysis of the main results, identifying the most relevant trends observed in ICT access and use by children and mediation strategies mentioned by parents and legal guardians.

Part 3 – Tables of results: Presents tables of results containing selected indicators on children and parents and legal guardians, allowing for a reading of crossed variables.

As seen above, the results of this fourth edition of the ICT Kids Online Brazil survey demonstrated the rapid transformation in the profile of Internet use by children. The primary goal of all the effort expended on the production of the CGI.br surveys is to produce reliable, up-to-date and relevant data for our readers. We hope that the data and analyses in this edition provide important input for public administrators, academic researchers, private sector enterprises and civil society organizations in initiatives targeted on building an information and knowledge society and promoting and protecting children's rights.

Enjoy your reading!

Alexandre F. Barbosa

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

ARTICLES

PARENTAL MEDIATION IN THE USE OF ICT AS PERCEIVED BY BRAZILIAN CHILDREN: REFLECTIONS ON THE 2014 ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY

Patricio Cabello¹, Magdalena Claro² and Tania Cabello-Hutt³

INTRODUCTION

Children are growing up in a world connected by the Internet, mobile data, social networks and other digital technologies. In particular, Internet access has increased significantly among young people, who use it in different locations (e.g. at home, at school or in public places) and for different purposes, such as for recreation, communication, and both informal and formal learning (ITO, 2010; LIVINGSTONE et al, 2011; PEDRÓ, 2012; RIDEOUT et al, 2010). Although countries of the Global South have been found to be less connected than those of the Global North, Latin American children are increasingly using digital technologies. In 2014, over 70% of Brazilian children between 10 and 17 years old were considered Internet users⁴ (CGI.br, 2015a). Among those users, more than 50% had access to the Internet in their own rooms (SOZIO et al, 2015).

Recent research has shown that these technologies bring about both opportunities and risks for children and that parental mediation is especially challenging in these circumstances (LIVINGSTONE; BULGER, 2013). These technologies enter not only homes but also young people's rooms, and accompany them in their activities outside the home. Unsupervised access

¹ Doctoral degree in Social Psychology from Universidad Complutense de Madrid (UCM), Spain. Master degree in Social Research Methods (UCM). Master degree in Anthropology and Development from Universidad de Chile. Psychologist from Universidad Central de Chile. Associate professor at the Journalism School, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), Chile. Head of Kids Online Chile. Academic coordinator of Kids Online Latin American Network.

² Doctoral Degree in Engineering Science from Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC). Master of Arts degree in Social Sciences in Education, Stanford University. Sociologist from PUC of Chile. Assistant Professor Faculty of Education of PUC of Chile. Academic coordinator of the Observatory of Educational Practices in Education (PUC).

³ Doctoral student and graduate teaching assistant at the University of North Carolina, Chapel Hill. Sociologist from PUC of Chile.

⁴ For the purpose of the present article – in accordance with the survey conducted by Cetic.br – Internet user is defined as an individual who used the Internet at least once in the three months previous to the interview.

to a wide range of content and social relationships is therefore a matter of concern for parents in their socializing role (LIVINGSTONE; HELSPER, 2008).

Parental mediation of children's use of the Internet may be defined as regulatory strategies introduced by parents to maximize the benefits and minimize the risks of the Internet for their children (KIRWIL et al, 2009). Parental mediation can be classified as follows: a) active mediation of Internet use (co-use): practices such as talking about Internet content and online activities, sitting nearby while children are online, and actively sharing in the online experiences of children; b) active mediation of Internet safety: activities and recommendations aimed at promoting safer and responsible use of the Internet; c) restrictive mediation: setting rules that limit time spent online, location of use, and content and activities; and d) technical restrictions: the use of software and technical tools to filter, restrict and monitor the online activities of children (LIVINGSTONE et al, 2015).

In this context, parents try a range of mediation strategies with different characteristics and outcomes, depending on the age and gender of their child and socioeconomic background (BYRNE; LEE, 2011; LIVINGSTONE; HELSPER, 2008; NATHANSON, 1999; NUNES DE ALMEIDA et al, 2012; HOLLINGWORTH et al, 2011). More specifically, in relation to families' socioeconomic status (SES), research has shown that students' online activity is shaped by their parents' differential access to economic and cultural capital and diverse experiences with technology (HOLLINGWORTH et al, 2011). In families of higher SES, parents tend to be digitally skilled and act as their children's tutors (VEKIRI, 2010). Conversely, in families of lower SES with poorer media environments, parents are nonusers or very early-stage users, thus being able to provide very little technological support or supervision to their children (NUNES DE ALMEIDA et al, 2012). At the same time, research has found that SES characteristics are nonlinear; not everyone has the same practices or responds to situations in the same way (NUNES DE ALMEIDA et al, 2012; HOLLINGWORTH et al, 2011). With respect to gender, research has shown that gender stereotypes and socialization practices shape digital diversity, and that gender plays a role in determining degrees of parental influence (LIVINGSTONE et al, 2005; NUNES DE ALMEIDA et al, 2012). Finally, with regard to age, evidence has shown that children under the age of 11 are typically more influenced and supervised more closely by parents (JOHN, 1999). After this age, this influence loses its relevance as peers and other socializing agents become more important (LEWIN et al, 2008; NUNES DE ALMEIDA et al, 2012).

Evidence provided by the European Kids Online surveys has shown that, according to the report of parents, there are small differences by SES, showing that higher SES girls receive more parental mediation than boys from the same SES (although these differences decrease and become almost nonexistent in older boys and girls) and that younger children tend to receive more mediation than older children (LIVINGSTONE; HELSPER, 2008; LIVINGSTONE et al, 2011). Also, findings have shown that children who have more opportunities are also exposed to more risks, and that the efforts to limit possible harm can also reduce opportunities (LIVINGSTONE; BULGER, 2013). In this scenario, parental mediation has proven to be effective in reducing risks, coping emotionally with harm, and developing digital skills in youngsters (PASQUIER et al, 2012).

There is little evidence related to this topic in Latin America, but a plausible hypothesis is that since inequalities are stronger in these societies, the SES of children may have an impact

on the construction of the digital ecology of girls and boys, especially in relation to the role of families (LIVINGSTONE et al, 2015). In line with this idea, the research question for the present article is: How is parental mediation of Internet use, as perceived by children, associated with gender, age, socioeconomic status and the use of Internet by parents in the Brazilian context?

The case of Brazil is relevant and interesting in itself, but can also provide some insights in terms of research questions to explore in other Latin American countries, where there is growing research on these topics. Understanding these issues in terms of the resources and skills that Latin American parents have for parental mediation is fundamental to focusing on intervention efforts and designing public policies. This objective is part of recent efforts to extend research and policy design around this topic in Latin America. The Kids Online Latin America network has recently been created and is focused on the study of opportunities, risks, mediations and other emergent phenomena related to use of Internet and digital technologies by children. The present article aims to contribute to the efforts of this network and to generate a body of knowledge, thus enabling debate and decision-making on these topics in the Latin American region.

Finally, while most research focuses on reporting by parents, the analysis presented in this paper adopts a constructivist point of view, where the perceptions of children are fundamental to understanding parental mediation.

DATA AND METHOD

SAMPLE

Data for this study drew on the ICT Kids Online Brazil survey⁵. EU Kids Online, the original project developed by Sonia Livingstone and a research team from the London School of Economics and Political Sciences⁶, was implemented in 25 European countries. In Brazil, the survey has been conducted annually since 2012 by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br).

The Brazilian Kids Online survey (CGI.br, 2015b) had the objective of investigating opportunities and risks associated with Internet use by Brazilian children. The sample included 2,105 children aged 9 to 17 who were Internet users and 2,105 parents or guardians (one per child interviewed). Internet users were defined as individuals who had used the Internet at least once in the three months prior to the interview. The survey followed a four-stage cluster sampling method with probability proportional to size (PPS) selection and stratification of municipalities and census enumeration areas and, lastly, systematic selection of households and simple random sampling of children.

⁵ Cetic.br authorized the use of the 2014 ICT Kids Online Brazil survey database in the development of the project Kids Online Chile, coordinated by Patricio Cabello.

⁶ For more information on the project, please refer to: <<http://www.eukidsonline.net>>.

MEASURES

All questions used in this analysis were collected through children's questionnaires, unless stated otherwise. Both children and parents answered questions about parental mediation of Internet use. However, for the purpose of this analysis, only children's responses were analyzed, focusing on mediation children say they actually receive, or perceive themselves as subject to. In order to consider the representativeness of the population, sampling weights were used for all analysis.

Four types of parental mediation were included in this analysis:

1. Active and co-use mediation of Internet use: Conceptualized and validated by Dürager and Sonck (2014). Active mediation involves explaining and discussing media content accessed by children, whereas co-use mediation involves sharing media activities with children (Table 1) (NIKKEN; JANSZ, 2014). For mean comparisons between groups, all items of active and co-use mediation were grouped as one variable with the total amount of activities for which children responded "Yes";
2. Restrictive mediation of Internet use: Defined by Dürager and Sonck (2014) as setting rules about where, when, what, and for how long children go online (Table 1). For mean comparisons between groups, all items referring to restrictive mediation were grouped as one variable of the sum of the items. The following values were assigned: 1 to "can do this anytime", 2 to "can do this only with permission or supervision", and 3 to "can never do this.";
3. Monitoring of Internet use: Defined as checking available records of children's Internet use after it occurs (LIVINGSTONE et al, 2011) (Table 1). For mean comparisons between groups, all items referring to monitoring of Internet use were grouped as one variable with the total amount of activities for which children responded "Yes";
4. Technical mediation of Internet use⁷: Defined as using software or parental controls to filter, restrict or monitor children's Internet use (LIVINGSTONE et al, 2011) (Table 1). For mean comparisons between groups, all items of referring to technical mediation of Internet use were grouped as one variable with the total amount of activities for which children responded "Yes".

⁷ Information not collected for children aged 9 to 10.

The objective of this analysis is to address differences in parental mediation practices as perceived by children in relation to the following variables:

- Gender of child;
- Age group of child: 9 to 10, 11 to 12, 13 to 14 and 15 to 17 years old;
- Socioeconomic status (according to the criteria of the Brazilian Association of Research Institutes – ABEP⁸): high (A and B), medium-high (C1), medium (C2), and low (D and E);
- Parents' Internet use, reported by the parent or legal guardian.

TABLE 1
TYPES OF PERCEIVED PARENTAL MEDIATION

Active and co-use mediation of Internet use	<p>Does either one of your parents or guardians sometimes...?</p> <p>Talk to you about what you do on the Internet</p> <p>Encourage you to explore and learn things on the Internet on your own.</p> <p>Sit with you while you use the Internet (watching what you are doing but not really joining in)</p> <p>Stay nearby when you use the Internet</p> <p>Do shared activities together with you on the Internet</p> <p>Help you when something is difficult to do or find on the Internet</p> <p>Suggest ways to use the Internet safely</p> <p>Explain why some websites are good or bad</p> <p>Suggest ways to behave towards other people online</p> <p>In general, talk to you about what you would do if something on the Internet ever bothered you</p>
Restrictive mediation of Internet use	<p>For each of the following activities, say if your parents or guardians CURRENTLY let you do them anytime, do them only with permission or supervision, or never let you do them:</p> <p>Have your own social networking profile</p> <p>Give out personal information to others on the Internet (e.g., full name, address or phone number)</p> <p>Use instant messaging</p> <p>Download music or films on the Internet</p> <p>Watch video clips on the Internet (e.g., on YouTube)</p> <p>Upload photos, videos or music to share with others</p> <p>Shop on the Internet, buy products or services</p> <p>Play games with other people on the Internet</p> <p>Post pictures, videos or songs</p>
Monitoring of Internet use	<p>When you use the Internet at home, does either one of your parents or guardians sometimes check some of the following things afterwards?</p> <p>Websites you visited</p> <p>Messages in your email or messenger account, like WhatsApp</p> <p>Your profile/page on social networks or in online communities such as Facebook, Instagram or Twitter</p> <p>The friends or contacts you add to your social networking profile</p>
Technical mediation of Internet use	<p>As far as you know, does either one of your parents or guardians use some of the things below on the computer that you use most at home?</p> <p>Ways of blocking or filtering some type of websites</p> <p>An application or software that records the websites you visit</p> <p>A service or contract that limits the time you can spend on the Internet</p> <p>Software to prevent spam, junk email or viruses</p>

A general description of the sample, including the independent variables used in this analysis, is presented in Table 2.

⁸ The Brazilian Criteria for Economic Classification (CCEB) is an instrument for economic segmentation, based on household characteristics and used to classify the population, such as ownership of durable goods for household consumption and the level of education of heads of households. The range of scores attributed to each characteristic is matched to one of five economic strata classifications: A, B, C, D and E.

TABLE 2
CHARACTERISTICS OF THE SAMPLE

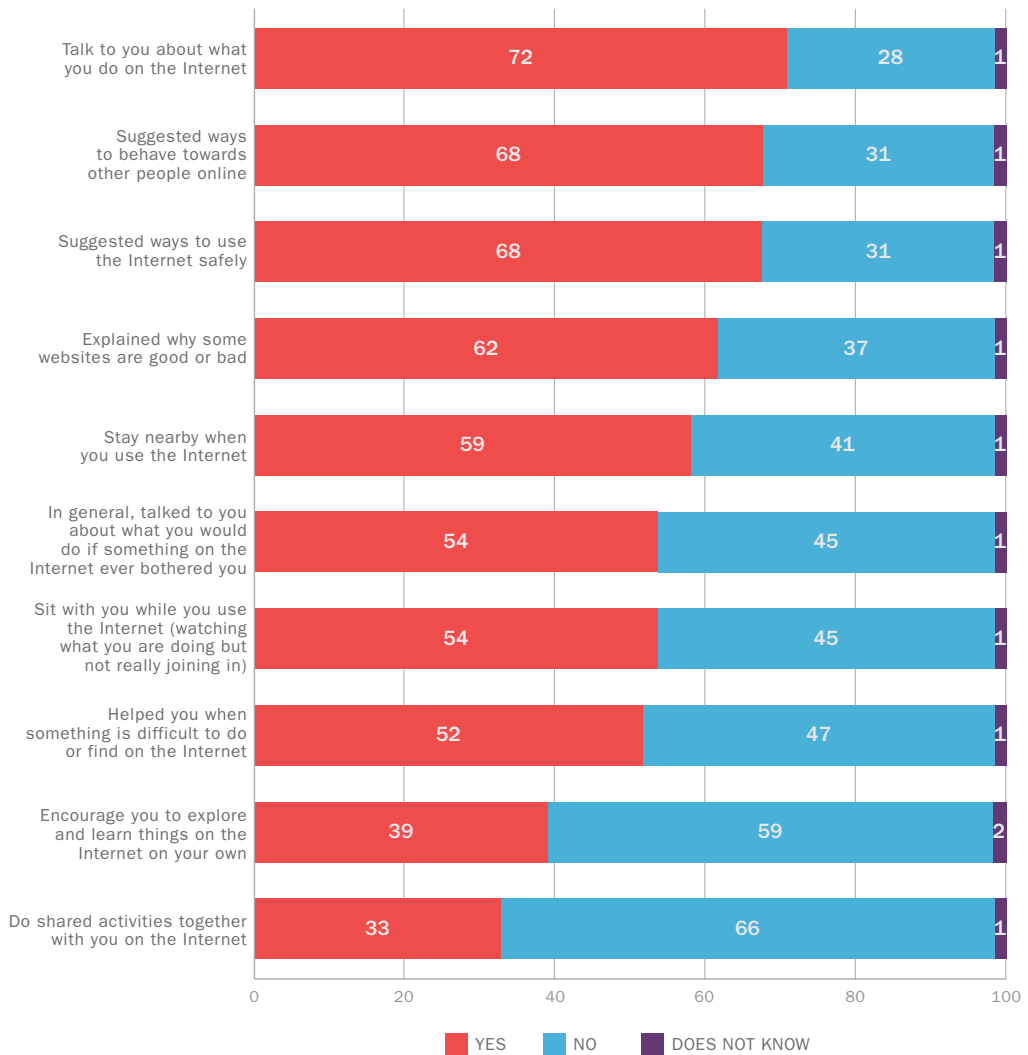
Variable	%
Socioeconomic status (n=2,105)	
High	24,3
Medium-high	25,6
Medium	33,8
Low	16,3
Responsible adult - Internet user (n=2,104)	
Co-responsible adult - Internet user (n=1,509)	50,9
Responsible adult - Internet use in last 3 months (n=980)	96
Computer access at home (any member, any type) (n=2,104)	
Desktop computer at home (n=2,104)	42,2
Laptop computer at home (n=2,105)	39,3
Tablet at home (n=2,104)	30,2
Relationship with the child (n=2,015)	
Father or Mother	89,9
Grandfather or Grandmother	5,5
Stepfather or Stepmother	2,3
Other relationship	2,3

RESULTS

PERCEIVED PARENTAL MEDIATION

In terms of perceived active parental mediation and perceived co-use practices (Chart 1), the most common practices are those where parents talk to their child about what he or she does on the Internet, make suggestions, and explain or talk to their child about how to use the Internet safely, how to behave online, why some websites are good or bad as well as staying nearby when they use the Internet. This type of mediation seems to be driven mostly by concerns about safety and preventing online risks. Relatively less common practices are those that involve parents spending more time with their children, such as sitting together while children use the Internet and helping them when they have difficulties in doing or finding something. Finally, doing shared activities, and encouraging children to explore and learn things on their own on the Internet, which may imply a positive perception of online opportunities, are less commonly perceived practices.

CHART 1
PERCEIVED ACTIVE MEDIATION AND CO-USE PRACTICES (%)



Regarding perceived restrictive mediation (Chart 2) and considering the sample of children who pursue these activities, the most restricted activities concern online shopping and giving out personal information on the web. Most children report that they are allowed to have their own social networking profiles, watch and download videos and music, and use instant messaging. In general, the majority of children report that their parents do not check things they do online. However, it is more common for parents to monitor activities on social networking sites than on other websites and on instant messaging platforms (Chart 3).

CHART 2
PERCEIVED RESTRICTIVE MEDIATION PRACTICES (%)

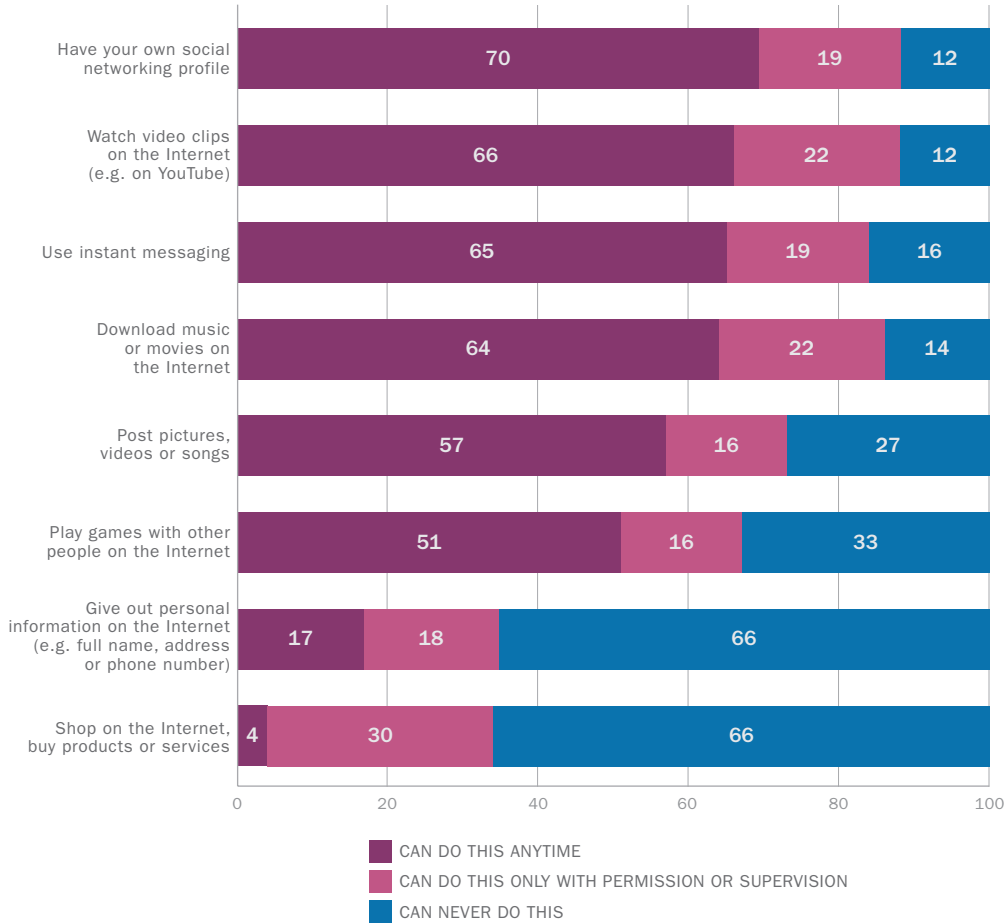
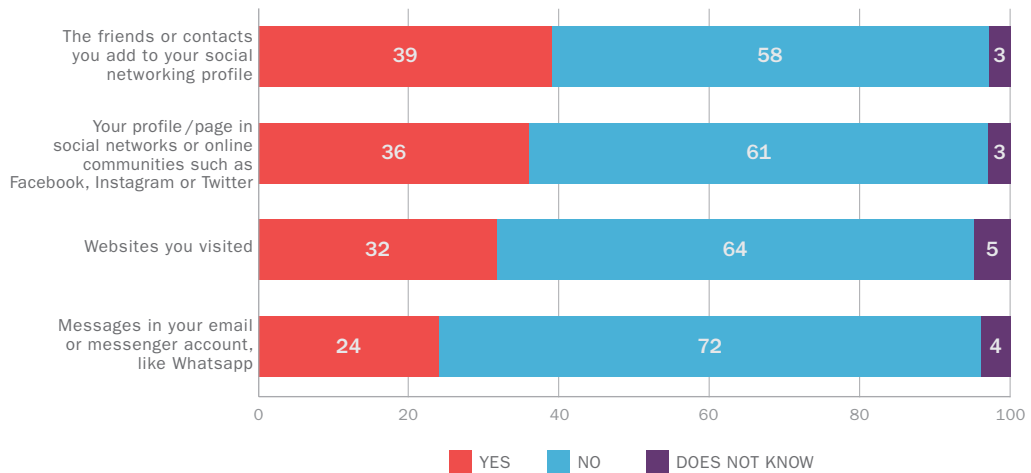
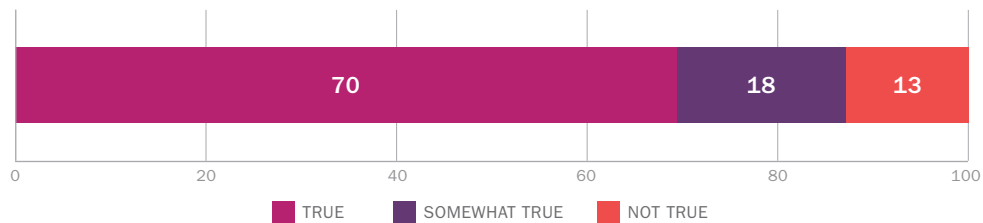


CHART 3
PERCEIVED MONITORING PRACTICES (%)



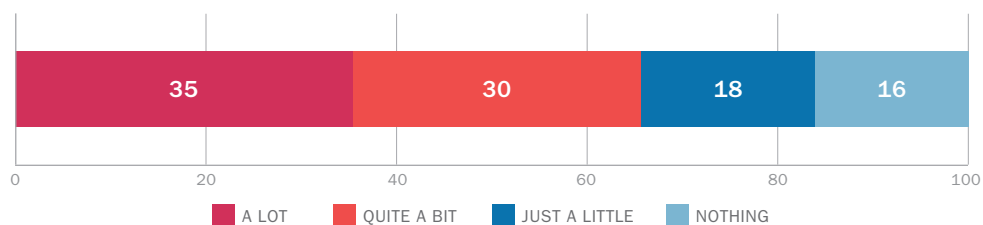
In order to understand perceptions of parental mediation, it is important to consider whether parents, as significant figures for socialization, are assumed to be legitimated actors to work as mediators. As Chart 4 shows, most children (70%) believe that they know more about the Internet than their parents. Only 13% of children believe this is not true.

CHART 4
"I KNOW MORE ABOUT THE INTERNET THAN MY PARENTS" (%)



In contrast, when asked more generally how much they think their parents know about what they do on the Internet (Chart 5), most children answer "a lot" (35%) or "quite a bit" (30%). Only 16% of children think that their parents know "nothing" about what they do online, while 18% answer "just a little." These results suggest that legitimation of parents as mediators is a matter not only of skills, but also of the online life of children as a result of family negotiation and ecological coordination (BRONFENBRENNER, 1987; 2005), especially when it comes to progressive autonomy.

CHART 5
HOW MUCH DO YOU THINK YOUR PARENTS KNOW ABOUT WHAT YOU DO ON THE INTERNET? (%)



DIFFERENCES IN PARENTAL MEDIATIONS

In this section the different types of parental mediation, as perceived by children, are compared for the variables. For this purpose, composite measures of mediation were created, as described in the Data and Method section. Also, in order to address the amount of parental mediation practices that children perceive, an indicator adding all types of mediation was created.

DIFFERENCES BY AGE

Children aged 11 to 12 perceive more active mediation, co-use and monitoring than children of other ages (Table 3). Restrictive mediation seems to be negatively associated with age; younger children perceive more restrictive mediation than older children. Children aged 11 to 12 and 15 to 17 report they are more subject to technical mediation than children of other ages.

When analyzing total mediation, younger children perceive significantly more mediation practices than older children.

TABLE 3
DESCRIPTIVE STATISTICS FOR MEDIATION TYPES, BY AGE GROUP

	Age group							
	9-10		11-12		13-14		15-17	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Active mediation and co-use	5.92	3.03	6.14	2.85	5.48	2.59	5.20	3.04
Restrictive mediation	9.56	4.26	7.39	3.60	4.96	4.00	4.65	3.21
Monitoring	1.17	1.51	1.40	1.49	0.98	1.37	1.02	1.42
Technical mediation	n/a	n/a	0.98	1.15	0.83	1.12	0.94	1.15
Total mediation	16.65	4.77	15.90	5.85	12.26	7.01	11.81	6.16

DIFFERENCES BY GENDER

Girls perceive more of all types of mediation than boys (Table 4). All differences are statistically significant at the 95% confidence interval. The difference is larger for restrictive mediation practices.

TABLE 4
DESCRIPTIVE STATISTICS FOR MEDIATION TYPES, BY GENDER

	Gender			
	Girl		Boy	
	M	SD	M	SD
Active mediation and co-use	5.97	2.89	5.20	2.83
Restrictive mediation	6.97	4.06	5.15	4.02
Monitoring	1.27	1.50	0.94	1.36
Technical mediation	0.89	1.15	0.64	1.03
Total mediation	15.10	6.17	11.93	6.48

DIFFERENCES BY SOCIOECONOMIC STATUS

Table 5 shows the average number of actions by parents that children report, by SES. As described in the Data and Method section, SES in Brazil was divided in 4 groups: high, medium-high, medium and low. First, the comparison shows that children of higher SES seem to receive more active mediation and co-use than children of lower SES. Children of medium-high SES perceive more active mediation and co-use than children from all other groups. Children of low SES report less active mediation and co-use than children from all other groups.

With regard to restrictive mediation, data analysis indicates an opposite pattern. Children of lower SES tend to report more restrictive mediation than children of higher SES. For both monitoring and technical mediation, children of high and medium-high SES perceive more mediation than children of medium SES. Similarly, children of medium SES report more of this type of mediation than children of low SES. When analyzing differences in terms of total mediation, medium-high SES has the highest mean, followed by high SES, low SES and finally medium SES.

TABLE 5
DESCRIPTIVE STATISTICS FOR MEDIATION TYPES, BY SES

	Socioeconomic Status									
	High		Medium-high		Medium		Low		Total	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Active mediation and co-use	6.04	2.74	6.22	2.96	5.22	2.72	4.74	2.98	5.60	2.88
Restrictive mediation	5.63	3.63	6.05	3.68	6.03	4.57	7.04	4.48	6.10	4.15
Monitoring	1.29	1.44	1.27	1.50	0.99	1.43	0.85	1.31	1.11	1.44
Technical mediation	0.82	1.03	0.85	1.13	0.79	1.19	0.52	0.92	0.77	1.10
Total mediation	13.78	6.43	14.40	6.22	13.03	6.82	13.14	6.31	13.58	6.52

DIFFERENCES BY INTERNET USE OF PARENTS OR GUARDIANS

Children whose parents or guardians report that they are Internet users tend to perceive more active mediation, co-use, monitoring and technical mediation than children whose parents or guardians are not Internet users (Table 6). Parents or guardians who do not use the Internet tend to rely on more restrictive measures of mediation. In terms of total mediation, parents or guardians who are Internet users tend to use more mediation practices in general with their children. All differences are statistically significant at the 95% confidence interval.

TABLE 6
DESCRIPTIVE STATISTICS FOR MEDIATION TYPES, BY INTERNET USE OF PARENTS

	Parent or guardian (respondent) uses the Internet?				Other parent or guardian uses the Internet?			
	No		Yes		No		Yes	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Active mediation and co-use	4.90	2.91	6.24	2.71	5.48	3.03	6.02	2.62
Restrictive mediation	6.94	4.32	5.33	3.82	6.83	4.06	5.02	3.81
Monitoring	0.87	1.35	1.34	1.49	1.12	1.46	1.19	1.44
Technical mediation	0.74	1.11	0.80	1.09	0.95	1.22	0.74	1.08
Total mediation	13.45	6.46	13.71	6.57	14.38	6.58	12.97	6.59

DISCUSSION

The analysis of the Brazilian Kids Online survey allows the identification of some interesting differences in the population under study. Gender differences were found: girls perceive they receive more mediation than boys, and this difference is larger for restrictive mediation. Evidence regarding the association between the gender of children and the amount or type of parental mediation is mixed (LIVINGSTONE; HELSPER 2008), although several studies have found that girls are more subject to mediation than boys (NUNES DE ALMEIDA et al, 2012). This shows that responsible adults are more present during online practices of girls than of boys. It could therefore be suggested that the way parents mediate children's Internet use reproduces predominant socialization practices in terms of gender, where adults try to exert more control over girls' socialization. This finding could also be associated with the tendency of boys to encounter more risks online than girls (SASSON; MESCH, 2014), even disregarding skill level (LIVINGSTONE; HELSPER, 2008).

Restrictive mediation has been shown to be more present in lower SES and in parents who are not Internet users. Similarly, Helsper et al (2013) found that parents who prefer restrictive mediation are more likely to have only primary education, whereas those who prefer active mediation and practice fewer of the other types of mediation are more likely to have tertiary education. This finding is particularly interesting, and two possible explanations could be hypothesized. First, parents of low SES families could be compensating for their lack of resources for active, monitoring and technical mediation through a strong normative repertoire. Second, since restrictive measures are asked in terms of permission or prohibition about certain activities, it is not completely clear whether these measures imply norms or reflect issues concerning opportunity in terms of lack of access or poor quality of access to the Internet in lower SES. In order to better understand this issue, qualitative studies focused on the meaning that parents of different SES ascribe to the different types of mediation could be undertaken.

In relation to age, younger children were found to receive significantly more mediation practices than older children, and they tend to be more restrictive than for older children. These results are consistent with EU Kids Online survey results (LIVINGSTONE et al, 2011) showing a pattern in the use of Internet of increasing autonomy from childhood to adolescence.

As Smahel and Wright (2014) have shown, younger children tend to be more receptive to parental intervention, while older children often see mediation as an invasion of privacy or prefer to talk about these issues with their peers. Furthermore, research has shown that children under the age of 12 are typically more influenced and supervised more closely by parents, whereas after that age, this influence starts to lose its relevance, and peers and other socializing agents gain importance (LEWIN et al, 2008, NUNES DE ALMEIDA et al, 2012). In this case it is important to note that these data are self-reported by children. Thus, it speaks to their self-representation as a part of identity construction, one of the most important goals in adolescence.

Interestingly, independent of age and gender, in general boys and girls have fewer restrictions on Internet uses that focus on media consumption (music and video) and social interaction with peers (social networks, instant messaging and online games) than on other type of activities, which seem to cause more worry for parents, such as online shopping or giving out personal information.

In relation to children's perceptions regarding their parent's mediation role, the majority perceive their parents as not sufficiently equipped to help or guide them on Internet use, so adults do not seem to be perceived as role models for online behavior. Most children report that their parents know what they do online, but do not monitor or check their activity. This could imply that children perceive that their parents mediate from a certain distance, with less deep involvement, which could lead to two hypotheses. The first is that closer mediation involves more time, which is scarce for parents. This is consistent with the analysis of active mediation and co-use, where activities that require more time are reported less. The second is that this could mean that children and parents negotiate spaces of privacy, which limit the possibilities of active mediation. As several authors have pointed out (LIVINGSTONE, 2002; LIVINGSTONE, 2007; HOOVER et al, 2004), values, beliefs and cultural expectations of family are closely related to mediation.

In any case, it is relevant to reflect on the role of mothers, fathers and guardians in their children's Internet use and possibilities of intervention. Maybe efforts should be put into developing the digital skills of parents, especially those related to understanding the social world that is constructed through digital media. These skills would not only equip parents with more resources for mediation, but also change their status within the family, contributing to a more symmetrical technological relationship and putting parents in a better position to provide guidance to their children. These and other complex aspects of mediation should be further studied from an ecological point of view by further quantitative and in-depth qualitative analyses.

In summary, these results show that SES, age, gender and parent's Internet use are important variables that explain differences parents' mediation, as perceived by children in Brazil. These findings show differences in the resources and strategies of parents for guiding their children when they go online, and offer insights for the discussion and design of specific strategies in Latin America focused on developing online parental mediation competencies.

Finally, it is important to emphasize the relevance of analyzing the perspective of children about parental mediation. The perceptions of children represent a constructivist epistemological perspective on this topic that understands that intergenerational dialogue is a matter of social coordination of expectations, institutions, ideas, values, and cultural and individual frames. From this perspective, the perceptions of children, together with their online activities and skills, is essential to understanding the actual effect of parental mediation.

REFERENCES

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Households – ICT Households 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015a. Available at: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: Sep 20, 2016.

_____. *Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015b. Available at: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Accessed on: Sep 20, 2016.

BRONFENBRENNER, U. *La ecología del desarrollo humano*. Barcelona: Paidós, 1987.

_____. *Making human beings human: bioecological perspectives on human development*. EEUU: Sage, 2005.

BYRNE, S.; LEE, T. "Toward Predicting Youth Resistance to Internet Risk Prevention Strategies". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, v. 55, n. 1, p. 90-113, 2011.

DÜRAGER, A.; SONCK, N. *Testing the reliability of scales on parental internet mediation*. London: EU Kids Online, 2014. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/60220/>>.

HELSPER, E. J.; KALMUS, V.; HASEBRINK, U.; SÁGVÁRI, B.; DE HAAN, J. *Country classification: opportunities, risks, harm and parental mediation*. London: EU Kids Online, 2013.

HOLLINGWORTH, S.; MANSARAY, A.; ALLEN, K.; ROSE, A. "Parents' perspectives on technology and children's learning in the home: social class and the role of the habitus". *Journal of Computer Assisted Learning*, v. 27, p. 347-360, 2011.

HOOVER, S. M.; CLARK, L. S.; ALTERS, D. F. *Media, home, and family*. New York: Routledge, 2004.

ITO, M. *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media*. Cambridge: MIT press, 2010.

JOHN, D. R. "Consumer Socialization of Children: A retrospective look at twenty-five years of research". *Journal of Consumer Research*, v. 26, n. 3, p. 183-213, 1999.

KIRWILL, L.; GARMENDIA, M.; GARITAONANDIA, C.; FERNANDEZ, G. M. "Parental mediation". In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. (eds.). *Kids Online: Opportunities and Risks for Children*. Bristol: Polity Press, p. 199-215, 2009.

LEWIN, M.; STANALAND, A.; MIYAZAKI, A. "Protecting Children's Privacy Online: How Parental Mediation Strategies Affect Website Safeguard Effectiveness". *Journal of Retailing*, v. 84, n. 2, p. 205-217, 2008.

LIVINGSTONE, S. *Young people and new media: Childhood and the changing media environment*. London: Sage, 2002.

_____. "Strategies of parental regulation in the media- rich home". *Computers in human behavior*, v. 23, n. 3, p. 920-941, 2007.

LIVINGSTONE, S.; BULGER, M. *A Global Agenda for Children's Rights in the Digital Age: a global agenda for children's rights in the digital age*. Florence: London School of Economics and Unicef Office of Research, 2013. Available at: <<https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/lse%20olol%20final3.pdf>>. Accessed on: Sep 20, 2016.

- LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A.; ÓLAFSSON, K. *Risks and safety on the internet: the perspective of European children*. Full findings and policy implications from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents in 25 countries. London: EU Kids Online, 2011. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/33731/>>. Accessed on: Sep 20, 2016.
- LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. "Parental Mediation of Children's Internet Use". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, v. 52, n. 4, 2008, p. 581-599.
- LIVINGSTONE, S.; MASCHERONI, G.; DREIER, M.; CHAUDRON, S.; LAGAE, K. *How parents of young children manage digital devices at home: the role of income, education and parental style*. London: EU Kids Online, 2015. Available at: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsIV/PDF/Parentalmediation.pdf>>. Accessed on: Sep 20, 2016.
- LIVINGSTONE, S.; MASCHERONI, G.; STAKSRUD, E. *Developing a framework for researching children's online risks and opportunities in Europe*. London: EU Kids Online, 2015. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/64470/>>. Accessed on: Sep 20, 2016.
- NATHANSON, A. I. "Identifying and explaining the relationship between parental mediation and children's aggression". *Communication Research*, v. 26, n. 2, p.124-143, 1999.
- NIKKEN, P.; JANSZ, J. "Developing scales to measure parental mediation of young children's internet use". *Learning, Media and Technology*, v. 39, n. 2, 2014, p. 250-266.
- NUNES DE ALMEIDA, A.; ALMEIDA ALVES, N.; DELICADO, A.; CARVALHO, T. "Children and digital diversity: From 'unguided rookies' to 'self-reliant cybernauts'". *Childhood*, v. 19, 2012.
- PEDRÓ, F. *Connected minds: technology and today's learners*. Paris: OECD Publishing, 2012.
- PASQUIER, D.; SIMÕES, J. A.; KREDENS, E. "Agents of mediation and sources of safety awareness: A comparative overview". In. LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (org.). *Children, risk and safety on the internet: research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: Policy Press, 2012, p. 219-230.
- RIDEOUT, V. J.; FOEHR, U. G.; ROBERTS, D. F. *Generation M2: Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds*. Menlo Park: Henry J. Kaiser Family Foundation, 2010. Available at: <http://www.wqed.org/education/smartparent/sites/default/files/generationm2_media-in-the-lives-of-8-18-year-olds_kaiser_2010.pdf>. Accessed on: Sep 20, 2016.
- SASSON, H.; MESCH, G. "Parental Mediation, Peer Norms and Risky Online Behavior". *Computers in Human Behavior*, v. 33, p. 32-38, 2014.
- SMAHEL, D.; WRIGHT, M. *The meaning of online problematic situations for children: Results of cross-cultural qualitative investigation in nine European countries*. London: EU Kids Online Network, 2014.
- SOZIO, M. E.; PONTE, C.; SAMPAIO, I. S. V.; SENNE, F.; ÓLAFSSON, K.; ALVES, S. J. GARROUX, C. *Children and Internet use: A comparative analysis of Brazil and seven European countries*. London: EU Kids Online, 2015. Available at: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/ParticipatingCountries/PDFs/BR-FullReportBrazilNCGM.pdf>>. Accessed on: Sep 20, 2016.
- VEKIRI, I. "Socioeconomic differences in elementary students' ICT beliefs and out-of-school experiences". *Computers and Education*, v. 54, p. 941-50, 2010.

DIGITAL USES, RISK-TAKING AND ONLINE NEGATIVE EXPERIENCES AMONG SECONDARY SCHOOL STUDENTS IN FRANCE AND INDIA: A COMPARATIVE STUDY

Catherine Blaya¹, Suresh Sandaram², Kaur Kirandeep³, Damanjit Sandhu⁴

INTRODUCTION AND RESEARCH BACKGROUND

The increase in the use of the Internet among young people, along with the development of handheld devices (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), has transformed communication habits and forms of inter-individual relationships. Although digital media offer great learning and socialization opportunities, they can also be the source of negative experiences such as cyberbullying, which involves "(...) using communication technology to harass, intimidate, threaten, or otherwise harm others" (HINDUJA; PATCHIN, 2010, p. 21). Cyberbullying can also jeopardize students' safety and well-being, both in school and in their private life (BLAYA; FARTOUKH, 2015). For a more in-depth definition of cyberbullying, see Corcoran et al (2015).

¹ Full professor in Education Science at the University of Nice Sophia Antipolis. Prof. Blaya chairs the International Observatory of Violence in Schools and has dedicated her academic career to researching issues such as dropping out of school, school climate, bullying, cyberbullying and cyberhate. She is part of the EU Kids Online Research Network and is involved as an Expert in the French Ministry of Education working groups on school climate and cyberbullying.

² Assistant professor at the Department of Psychology, Annamalai University, India since 2005. He published 25 articles in peer reviewed journals and presented 50 papers in both national and international conferences. Dr. Sandaram was the principle investigator of five major research projects, of which two are international projects. He authored two books about school psychology and positive psychology in Tamil language which served as course material for the Tamil University, Tamil Nadu, India.

³ ICSSR-Doctoral Research Fellow in the Department of Psychology, Punjabi University, India. Kirandeep is pursuing her PhD in on Cyberbullying amongst pupils in India. Her areas of research include adolescent mental health, problem behavior, truancy, bullying, cyberbullying, school safety and pupil wellbeing.

⁴ Assistant Professor in the Department of Psychology, Punjabi University, India. Her area of specialization includes child and adolescent development, with more than 15 years of research experience on adolescent identity, risk taking, problem behavior, truancy, bullying, cyberbullying, school safety and pupil wellbeing.

Cyberaggression, and more precisely cyberbullying, have become a public health and social concern because of their dramatic consequences, which can include anger, frustration, isolation, dropping out of school, anxiety, suicidal ideation and suicide (KOWALSKI; LIMBER, 2013; KAUR et al, 2014). There are only a few studies with a cross-national approach (LIVINGSTONE et al, 2011; SAMARA et al, 2012), and joint projects between Indian and European researchers on this issue are nearly nonexistent. The only existing empirical survey is “Peer attachment and cyber aggression involvement among Chinese, Indian, and Japanese adolescents,” coordinated by Wright et al (2015).

The present paper presents a comparative study of digital uses, risk-taking and online negative experiences among students aged 13 to 18 in France and India. It is part of a wider project led by Professor Peter K. Smith on the safety and well-being of students, including bullying and cyberbullying (Indian-European Research Networking Programme in the Social Sciences, with the Indian Council of Social Science Research)⁵.

DIGITAL USES AND RISK-TAKING BEHAVIOURS ON THE INTERNET

According to the Teens, Tweens and Technology 2015 report (McAFEE, 2015) – pursued through a survey administered across Indian preadolescents aged 8 to 12 and adolescents aged 13 to 17 – children who were active online spent over five hours on the Internet in a normal week. When asked about social networking websites, Facebook was by far the most popular among respondents (93%), followed by YouTube (87%) and WhatsApp (79%). Findings also indicated that 86% of young people aged 13 to 16 were active on social media. Of those, most had published personal data: 69% had posted their photographs, 58% their email addresses, 49% the name of their school, and 46% their birth date or phone number (42%). In other words, they engaged in risky online behaviors, although 40% of the respondents stated that they feared that people could find their whereabouts, and 30% feared that they could be bullied or interact with strangers.

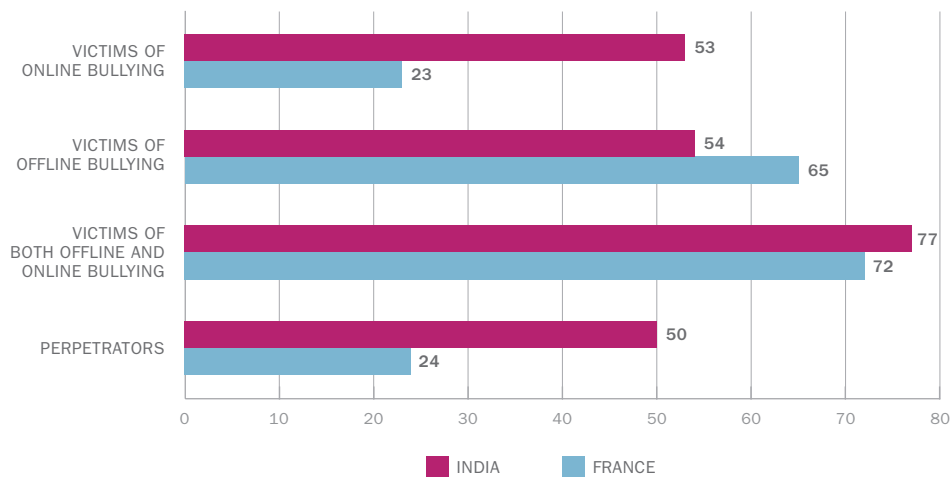
The EU Kids Online report (BLAYA; ALAVA, 2012), for its part, indicated that French children aged 9 to 16 spent an average of two hours online per day. Half of the respondents (54%) had a profile on a social networking website and one-third had added strangers as friends. Blaya and Fartoukh (2015) demonstrated that 66.9% ($n = 2,532$) of secondary school children were active on social networking websites, among whom 86% were on Facebook. Only half (49%) of the students declared that they knew all their online friends. Although a lot of information has been disseminated on the risks of disclosing private information online, social acceptance, status and popularity-seeking have been shown to overpower the fear of potential harm.

⁵ For more information on the project, please refer to: <<https://sites.google.com/site/cyberbullyingeuindian/>>.

NEGATIVE EXPERIENCES AND CYBERBULLYING

The Online Bullying Worldwide Survey (MICROSOFT CORPORATION, 2012) was conducted among children aged 8 to 17 in 25 countries⁶, and provided data for both Indian and French youths. As Chart 1 shows, India had much higher rates of perpetration of and victimization by online bullying than France: compared to other participating countries, India ranked 3rd and France ranked 23rd. France scored higher on offline bullying problems, while the percentages of victims of both online and offline bullying were similar, in accordance with later research findings on the overlap between these two forms of aggression (WRIGHT et al, 2015).

CHART 1
CYBERBULLYING IN INDIA AND FRANCE (%)



Jaishankar and Shariff (2008) revealed that 65% of Indian students were victims of cyberbullying on mobile phones. The Teens, Tweens and Technology 2015 report (McAFEE, 2015) indicated that two-thirds (66%) of Indian children were involved in cyberbullying and 36% had been cyberbullied. In France, Blaya and Fartoukh (2015) indicated that 46.8% of secondary school students reported cyberaggression and 4.7% were cyberbullied. Also, one-third of the respondents admitted to perpetration, showing rates much higher than the Online Bullying Worldwide Survey (MICROSOFT CORPORATION, 2012) and slightly higher than a 2013 study (BLAYA, 2013). These findings indicate that online aggression is potentially problematic – and thus to be taken seriously.

⁶ The Online Bullying Worldwide Survey was conducted in Australia, Argentina, Brazil, Canada, China, Czech Republic, Egypt, France, Germany, India, Italy, Japan, Malaysia, Morocco, Norway, Pakistan, Poland, Qatar, Russia, Singapore, Spain, Turkey, the United Arab Emirates, the United Kingdom, and the United States of America.

METHODOLOGICAL NOTES

The definition of cyberbullying has been considered problematic, since there is no consensus within the scientific community, and the uses of the term differ according to cultural context and country. In some contexts, the term does not exist (STROHMEIER et al, 2013).

Nonetheless, for the purpose of the present study, students were asked about digital uses and negative experiences on the Internet. The term “negative experiences” was used rather than “cyberbullying”, since the study did not assess the traditional criteria for the definition of bullying, such as repetition, power of imbalance, intent to harm and duration (SMITH et al, 2008). The use of the term “negative experiences” is based on the EU Kids Online research (LIVINGSTONE et al, 2011), and is close to the definition proposed by Grigg (2010, p. 152, apud CORCORAN et al, 2015, p. 249): “(...) intentional harm delivered by the use of electronic means to a person or a group of people irrespective of their age, who perceive(s) such acts as offensive, derogatory, harmful, or unwanted”. Also, since the perception of cyberbullying varies according to individuals, we focused on experiences and behaviors having potential negative effects on the participants. The objective was to investigate whether there were differences in online risk-taking and negative experiences between children in both countries.

DATA COLLECTION

In India, 1,021 adolescents aged 14 to 18, and in France, 1,312 students aged 13 to 18 completed an anonymous questionnaire, adapted from Smith et al (2008), Livingstone et al (2011) and Blaya (2013). Convenience sampling strategies were adopted in both countries, and participating schools had a middle-class to upper-class background. The sample design included: 3 state and 2 private secondary schools in Tamil Nadu; 3 state and 2 private secondary schools in Punjab; and 4 state secondary schools in France.

Interviews were conducted upon parental consent and participation in the survey was voluntary: respondents could opt out at any time. Data were collected between March and June 2015. In France, online interviews (CAWI) were conducted under the supervision of a research assistant through Sphinx Survey⁷. In India, paper-and-pencil interviewing (PAPI) was adopted due to lack of sufficient computer equipment in the participating schools.

The questionnaire was composed of seven sets of questions concerning the following: digital uses; attitudes toward the Internet and addiction; risky behaviors; cyberbullying; coping strategies; parental and school mediation; and socioeconomic variables. It was drafted in English and then tested and discussed with the researchers’ team. It was not translated into Tamil or Punjabi, since the children from participating schools could understand English. After piloting, it was amended for greater relevance to the cultural contexts involved.

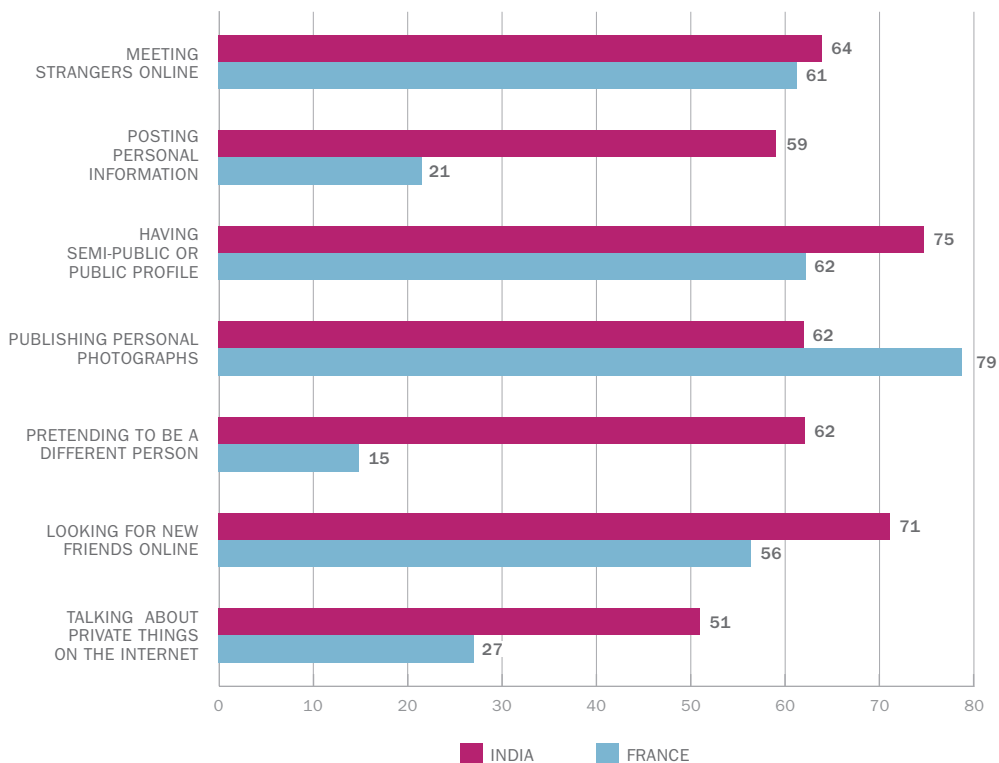
⁷ Sphinx is a survey and data analysis software commonly used in France. It combines online data collection, qualitative and quantitative data analysis

FINDINGS

DIGITAL USES AND RISK-TAKING

Research findings indicated that young people had similar digital practices in both countries, although Indian children seemed to be much more active, with 78% who connected several times a day against 47.9% in France. Connections were mainly through laptop computers, while in France the use of tablets was much more common: 75.7% of Indian participants said that they never used tablets against 3.6% in France ($\chi^2 = 392.13$, $df = 5$, $p < .01$). The use of desktop computers to go online was more common in India: 32% of the respondents used one at least once a week against 10% in France, which might be due to a higher percentage of students who used handheld devices such as tablets to do so. Participants mentioned that their most common activities on the Internet were using SMS, studying and downloading music and videos.

CHART 2
RISK-TAKING ON THE INTERNET (%)



Using social networking websites was predominant in both countries, with 86.2% of Indian respondents and 84.6% of French respondents ($\chi^2 = 122.99$, $df = 3$, $p < .01$). For both Indian and French students, Facebook was the most popular social networking website. Since social networking websites are commonly associated with online risk-taking, we sought to identify the types of risks students were taking. Chart 2 shows that overall, Indian students engaged

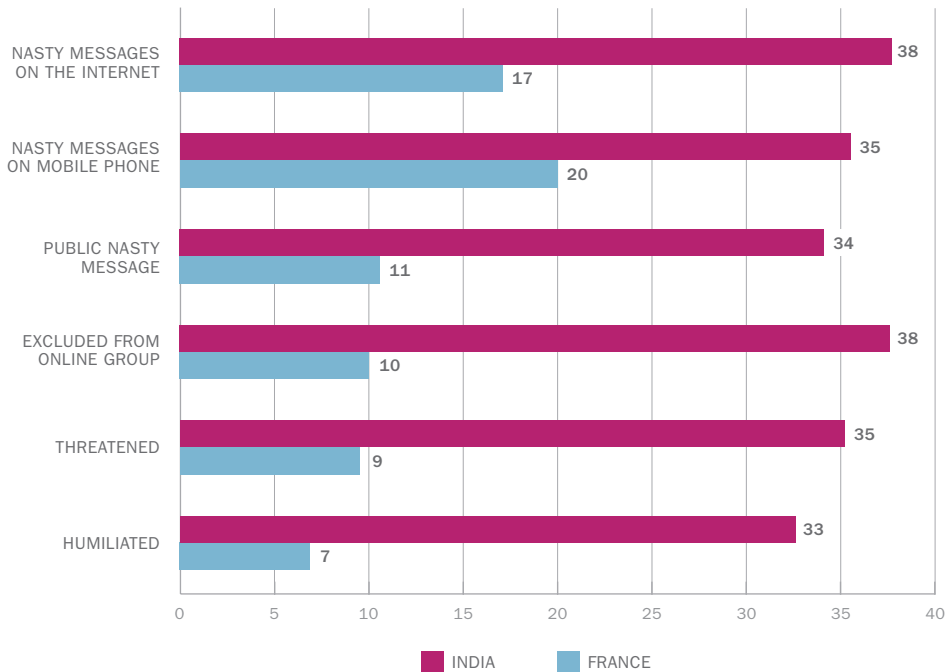
in riskier practices than French students, except for the publication of personal photographs. Indian respondents more often used the Internet to talk about private matters online ($\chi^2 = 210.03$, $df = 3$, $p < .01$) and looked for new friends ($\chi^2 = 502.95$, $df = 3$, $p < .01$), although the gap was not as wide for meeting new friends ($\chi^2 = 110.43$, $df = 3$, $p < .01$). Indian participants were also more likely to pretend to be someone else ($\chi^2 = 590.09$, $df = 3$, $p < .01$) and to post personal details online ($\chi^2 = 394.44$, $df = 3$, $p < .01$).

Despite awareness-raising campaigns, young people in both countries took risks that could turn into negative experiences. The section below presents the findings for online victimization.

NEGATIVE ONLINE EXPERIENCES

At first sight (see Chart 3), the comparison of online victimization between India and France does not show any significant difference, with a similar percentage of students who had a negative experience on the Internet; 49.2% of the Indian students and 50.8% of the French students said they had experienced at least one of the 6 types of victimization addressed in the questionnaire ($\chi^2 = 0.20$, $df = 1$, $p < .01$). Male victims were more numerous in India than in France (55% against 38.2% – $\chi^2 = 24.24$, $df = 1$, $p < .01$), while in France, females were victimized more frequently than males (56.8% against 45% – $\chi^2 = 11.79$, $df = 1$, $p < .01$).

CHART 3
NEGATIVE ONLINE EXPERIENCES IN FRANCE AND INDIA (%)



Negative experiences differed between both countries. In France, the most common type of victimization was receiving nasty or hurtful messages on mobile phones, while in India respondents most frequently mentioned receiving nasty or hurtful messages on the Internet and being excluded from groups online. Higher percentages of Indian respondents had received nasty or hurtful messages on the Internet ($\chi^2=112.20$, $df=3$, $p<.01$) and on their mobile phones ($\chi^2=0.20$, $df=1$, $p<.01$), had nasty or hurtful messages published publicly about them ($\chi^2=246.94$, $df=3$, $p<.01$), were excluded from online groups ($\chi^2=326.27$, $df=1$, $p<.01$), were threatened ($\chi^2=330.94$, $df=4$, $p<.01$), and were humiliated on the web ($\chi^2=348.31$, $df=4$, $p<.01$).

Findings showed that Indian students suffered multi-victimization more often than French students. We performed a cluster analysis that confirmed this hypothesis, as presented in Table 1.

TABLE 1
COMPARISON OF ONLINE MULTI-VICTIMIZATION IN INDIA AND FRANCE

Cluster analysis: online nasty messages; nasty messages on mobile phone; public nasty messages; excluded; threatened; humiliated.

Country/Online victimization	No response	Not cyber victimized	Little victimized	2 types of online aggression	Severe online aggression	TOTAL
INDIA	26.5% (271)	39.6% (404)	1.3% (13)	0.9% (9)	31.7% (324)	100% (1,021)
FRANCE	37.6% (493)	50.1% (657)	2.3% (30)	8.2% (108)	1.8% (24)	100% (1,312)
TOTAL	32.7% (764)	45.5% (1,061)	1.8% (43)	5.0% (117)	14.9% (348)	100% (2,333)

($\chi^2 = 444.57$, $df = 4$, 1 , $p < .01$)

The clusters were constructed as follows: “little victimized” referred to only one type of victimization, followed by 2 types of aggression; “severe online aggression” corresponded to 6 types of victimization. Cases with item nonresponse could not be included in the cluster analysis. As the results demonstrated, Indian victims were subjected significantly more often to several types of negative experiences than their French counterparts.

DISCUSSION AND CONCLUSIONS

The present article set out to compare digital uses and risk-taking among young people in India and France, as well as their possible negative experiences.

The findings showed that Indian students were more prone to take risks on the Internet than French students, confirming the findings of the Teens, Tweens and Technology 2015 report (McAfee, 2015). However, contrary to the Online Bullying Worldwide Survey (Microsoft Corporation, 2012), the difference in the percentage of online victims between India (ranked 3rd in victimization) and France (23rd) was not as wide as one could have thought. As for France, the findings pointed to a much higher victimization rate than previous studies (Microsoft Corporation, 2012; Blaya; Fartoukh, 2015). This may reflect evolution of cyberaggression and may be linked to a large increase in the use of handheld devices to

get connected (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), facilitating Internet access from anywhere and away from any kind of supervision. The findings also highlighted some major differences between both countries. Although a similar percentage of French and Indian students declared that they had been victims on the Internet during the previous 12 months, significantly more Indian respondents had suffered multi-victimization, that is, several forms of cyberaggression. This may be associated with the fact that 78% went online several times a day (against 49% in France), increasing their risk of being victimized. The correlation between time spent online and victimization has been demonstrated by previous surveys (YBARRA, 2004; ERDUR-BAKER, 2010; SMITH et al, 2008). It may also be explained by the fact that Indian students adopted significantly more risky behaviors when online than their French counterparts, and increased their risk of being victimized. The percentage of victims was similar, but multi-victimization was higher in India, leading to the question of social skills for coping with negative online situations. One hypothesis that needs further investigation is whether Indian students do not have the skills for positive counter-speech or preventing victimization from escalating into cyberbullying. One possible explanation is a difference in public concern with cyberbullying: Awareness-raising began in France about ten years ago, but only began recently in India.

The present article highlights the necessity of reconsidering prevention strategies in both countries, since victimization rates demonstrate that young people remain vulnerable, despite awareness-raising campaigns and parental involvement in prevention (BLAYA, 2013; McAFEE, 2015). The present study was carried out in English-speaking schools in India and in middle- and upper-middle class schools in both countries. Thus, it would be interesting to replicate the survey in less privileged settings and compare the findings. Such research would require translating the questionnaire into Tamil and Punjabi, in order to gain greater insight into the behaviors and experiences of adolescents online. It would also be relevant to carry out more in-depth research on different cultural values among youths in both countries and to analyze their moderating effect on cybervictimization.

REFERENCES

- BLAYA, C. *Les ados dans le cyberspace: prises de risque et cyberviolences*. Bruxelles: De Boeck, 2013.
- BLAYA, C.; FARTOUKH, M. "Digital uses, victimization and online aggression: a comparative study between primary school and lower secondary school students in France". *European Journal on Criminal Policy and Research*, v. 22, n. 2, 2015, p. 285-300.
- BLAYA, C.; ALAVA, S. *Risques et sécurité des enfants sur Internet: rapport pour la France - résultats de l'enquête EU Kids Online menée auprès des 9-16 ans et de leurs parents en France*. London: EU Kids Online, 2012. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/46443/>>.
- CORCORAN, L.; MCGUCKIN, C.; PRENTICE, G. "Cyberbullying or Cyber Aggression?: A Review of Existing Definitions of Cyber-Based Peer-to-Peer Aggression". *Societies*, v.5, n.2, 2015, p. 242-255.
- ERDUR-BAKER, Ö. "Cyberbullying and its correlation to traditional bullying, gender and frequent and risky usage of internet-mediated communication tools". *New Media and Society*, v. 12, n. 1, 2010, p.
- HINDUJA, S.; PATCHIN, J. W. "Bullying, cyberbullying and suicide". *Archives of Suicide Research*, v. 14, n. 3, 2010, p. 206-221.

- JAISHANKAR, K.; SHARIFF, S. "Cyber bullying: a transnational perspective". In: SCHMALLEGGER, F.; PITTARO, M. (org.). *Crimes of the Internet*. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2008, p. 68-83.
- KAUR, K.; KAUR, S.; SANDHU, D. "Cyberbullying: an emerging threat to pupil well-being". *International Journal of Social Sciences Review*, v. 2, n. 4, 2014, 374-377.
- KOWALSKI, R. M.; LIMBER, S. P. "Psychological, physical, and academic correlates of cyberbullying and traditional bullying". *Journal of Adolescent Health*, v. 53, n. 1, 2013, p. 13-20.
- LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A.; ÓLAFSSON, K. *Risks and safety on the internet: the perspective of European children*. London: EU Kids Online, 2011. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/33731/>>.
- MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net children go mobile: risks and opportunities*. Milan: Educatt, 2014. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/56986/>>.
- McAFEE. *Intel Security Teens, Tweens and Technology Study: India*. 2015. Available at: <http://apac.intelsecurity.com/digitalsafety/wp-content/uploads/sites/7/2015/10/Intel-Security_India-TeensTweensTechnology-2015-_National-Datasheet.pdf>.
- MICROSOFT CORPORATION. *Worldwide Online Bullying Survey*. Cross-Tab Marketing Services & Telecommunications Research Group for Microsoft Corporation, 2012. Available at: <<http://www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=30148>>.
- SAMARA, M.; DAVIDSON, J.; TERRY, P.; HAMERTON, C.; PENSON, M.; AL JABER, M. "Comparative study of cyberbullying in Qatar and the UK: risk factors, impact on health and solutions". In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON CYBERBULLYING, 2012, France. (Unpublished).
- SMITH, P.; MAHDAVI, J.; CARVALHO, M.; FISHER, S.; RUSSELL, S.; TIPPETT, N. "Cyberbullying: its nature and impact in secondary school pupils". *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, v. 49, n. 4, 2008, p. 376-385.
- STROHMEIER, D.; AOYAMA, I.; GRADINGER, P.; AOYAMA, I. Y. "Cybervictimization and Cyberaggression in Eastern and Western Countries: Challenges of Constructing a Cross-Culturally Appropriate Scale". In: BAUMAN, S.; CROSS, D.; WALKER, J. *Principles of Cyberbullying Research: Definitions, Measures, and Methodology*. New York: Routledge, 2013, p. 202-221.
- WRIGHT, M. F.; AOYAMA, I.; KAMBLE, S. V.; LI, Z.; SOUDI, S.; LEI, L.; SHU, C. "Peer attachment and Cyber Aggression Involvement among Chinese, Indian, and Japanese Adolescents". *Societies*, v. 5, n. 1, 2015, p. 339-353.
- YBARRA, M. L. "Linkages between Depressive Symptomatology and Internet Harassment among Young Regular Internet Users". *CyberPsychology and Behavior*, v. 7, n. 2, 2004, p. 247-257.

CHILDREN WHO STRUGGLE MORE THAN OTHERS WITH ONLINE PROFILE HACKING: THE ROLE OF PERSONAL CHARACTERISTICS AND SOCIAL CONTEXT

Sofie Vandoninck¹, Leen d'Haenens²

INTRODUCTION

When children are asked what bothers them online, they mention various privacy risks. They are particularly upset by hacked profiles and accounts on social media. Profile hacking can be defined as a practice that combines elements of privacy-related online risks and online bullying. It involves improper access to or misuse of personal information, and the intention of perpetrators is to deliberately damage victims' (online) reputations (VEENSTRA et al, 2012; VAN OUYTSEL et al, 2014). Within the typology of online risks³, profile hacking belongs to the category of 'conduct risks', which involves situations in which children are actors and initiate or actively participate in hostile peer-to-peer interactions online (LIVINGSTONE; HADDON, 2009).

For all that, social media offer many opportunities for self-expression and receiving feedback from significant others, thus allowing adolescents to experiment with self-representations and actively construct their identities (BOYD, 2008; ELLISON; BOYD, 2013; SMOCK et al, 2011). Impression management and image building are central the process of identity formation and self-actualization. With functionalities such as profile pictures, status updates and 'like' buttons or comments on posts, social networking profiles are one way to experiment with self-expression and develop a concept of the self (MAZZARELLA, 2010; LIVINGSTONE, 2008). Adolescents are likely to be sensitive about peer opinions, and want to avoid sharing online content that may elicit negative comments (DEVRIES et al, 2014; VANDENBOSCH; VAN OOSTEN, 2015).

¹ Doctoral degree in Social Sciences at KU Leuven. Researcher in the area of Children and Online Media at the Institute for Media Studies, KU Leuven.

² Full professor at KU Leuven, Faculty of Social Sciences. Her areas of expertise include 'Adolescents' and Young Adults' Use of Media', with a focus on news as a format and people who feel discriminated against as a target group.

³ Online risks can be classified into three modes of communication: children as recipients of content (content risk); children as participants in an interactive situation (contact risks); and children as actors in an interactive situation (conduct risks) (LIVINGSTONE; HADDON, 2009).

Hacked profiles on social media can have a serious impact on victims' emotional well-being. In particular, when hackers misuse profiles or accounts to post rude messages or embarrassing pictures, children describe the situation as very problematic and painful, and associate it with feeling worried, unsafe, scared, angry or panicked (BARBOVSCHI, 2014). As the situation gets out of control, negative emotions tend to intensify further. In this context, perceived control decreases when nasty messages are disseminated to a large audience or when perpetrators are unknown. The reproducibility of online content amplifies the risk that intimate information or malicious messages will reach a wider public (MACHMUTOW et al, 2012; KOWALSKI et al, 2014). Here, the consequences can be devastating for young people's online and offline reputations, and may eventually lead to an identity crisis, negatively affecting their emotional well-being and self-esteem (ZHAO et al, 2012; LIVINGSTONE et al, 2011).

Online risks have different impacts on different individuals: girls, compared to boys, generally disclose more personal information online, especially when it concerns details about peer relationships (SCHOUTEN et al, 2007; VAN GOOL et al, 2015). Children with deficits in social skills (i.e., who suffer from loneliness or social anxiety), for their part, struggle with developing their identity and self-concept, and often feel insecure about engaging in face-to-face interactions with unfamiliar people (SIPPOLA; BUKOWSKI, 1999; ELLISON et al, 2006). But what role do these characteristics play in the emotional impact of profile hacking and what coping strategies do young people deploy – or fail to deploy – when faced with this type of online risk?

For the purpose of this article, our first goal was to investigate the influence of both social context and personal characteristics on the way young people feel about profile hacking. We distinguished between children who had already been victims of profile hacking before and those who had not. We argue that it is worthwhile looking at how children cope with this issue in order to gain a more comprehensive understanding of the consequences of profile hacking on young people's well-being. Previous research has suggested that children's coping efforts are related to their risk perceptions. Youths who are more worried about online privacy risks are less willing to provide personal information online, are more likely to seek support or advice, and refrain from accessing certain websites (YOUN, 2009). Hence, the second aim of this study was to find out which coping strategies children preferred when confronted with profile hacking, and how these coping approaches were related to personal characteristics and social factors, taking into account intensity of harm.

METHODOLOGICAL NOTES

We pursued hierarchical multiple regression analyses of data from a survey (VANDONINCK; D'HAENENS, 2015) carried out in 27 schools in Flanders (in the Dutch-speaking part of Belgium) with 2,046 students aged 10 to 16 between October and December 2012. Data were collected on the emotional impact of online risks, coping strategies, children's personality and their relationship with parents, teachers and peers. Additionally, we conducted individual interviews with 39 Flemish children on how they would respond if confronted with unpleasant situations online. We also interviewed a principal, a school counselor, an ICT-coordinator and head teachers (n=7). These interviews were part of a fieldwork study in which we followed three

groups of children during a complete academic year. About half the group (n=19) consisted of children with learning or behavioral problems. The findings identified through the qualitative approach helped us to interpret and contextualize the survey outcomes.

ANALYSIS OF RESULTS

For data analysis, *profile hacking* was operationalized into a questionnaire item, i.e. “someone misused my password to access my profile without my permission.” To measure impact, children were asked to use a 4-point scale⁴ to rate the intensity and duration of harm, i.e., how upset they would feel and how long this feeling would last. To measure overall emotional impact or harm, the mean score for intensity and duration of harm was used to create a *harm index*, a derived variable at interval levels (min=0, max=3) (D’HAENENS et al, 2013). Next, respondents were asked to assess 13 coping strategies on a 4-point Likert scale from 0 to 3: (0) “I would not do this”; (1) “Maybe I would do this”; (2) “I would probably do this”; and (3) “I would certainly do this.” Principal component analysis identified three components of coping with profile hacking: *proactive coping* ($\alpha=.71$)⁵, *communicative coping* ($\alpha=.46$)⁶ and *indifference* ($\alpha=.54$)⁷. Three coping strategies were not considered; only factor loadings above .40 were interpreted. Using the mean scores of the coping strategies in each component, we created three latent coping variables (VANDONINCK; D’HAENENS, 2015). Both proactive and communicative coping were described as engaged coping approaches, while indifference was associated with disengagement.

EMOTIONAL IMPACT OF PROFILE HACKING

Survey findings indicated that 9% of the respondents had been victims of profile hacking in the last year. Among those who had experienced profile hacking (n=179), 54% reported feeling very upset about the situation. There was no significant difference when comparing the score on the harm index for victims (N=179, M=1.81, SD=.85) and nonvictims (N=1,834, M=1.90, SD=.75) using an independent-samples t-test (t=1.49, df=2011). This suggests that young people are aware of the negative consequences of profile hacking, and that it is perceived as an unpleasant or problematic situation, regardless of whether they had been victimized before.

⁴ Intensity of harm was measured through the scale: Not upset; a bit upset; fairly upset; very upset. Duration of harm was measured through the scale: I got over it straight away; I felt like this for a few days; I felt like this for a few weeks; I felt like this for a few months.

⁵ Changing privacy settings, blocking contact person, protecting personal data or deleting images or messages.

⁶ Talking with parents, seeking online support or going offline for a while.

⁷ Not caring about what happened, hoping it goes away by itself or ignoring what happened.

WHICH CHILDREN WERE MORE UPSET BY PROFILE HACKING?

To test which individual and contextual elements predicted higher intensity of harm, we conducted a multiple hierarchical regression analysis with the harm index (*intensity and duration*) as the dependent variable. We used the ENTER method, and predictors were added to the model in three blocks. In Block 1, we entered individual characteristics (sociodemographic and personality characteristics) that had been identified as relevant factors in the EU Kids Online study (VANDONINCK et al, 2013; VANDONINCK et al, 2012). In line with suggestions from that study for further research, we added indicators on relationships with parents and teachers in Block 2. Finally, we evaluated the impact of personal experiences and peer relationships; these indicators were entered in Block 3.

TABLE 1

PREDICTORS OF HARM FROM PROFILE HACKING

Hierarchical multiple regression (ENTER method).

Individual and contextual elements predicting a higher intensity of harm from profile hacking (N=1,878).

	Beta (β)	p-value
Block 1 - Individual characteristics		
Age	.072	**
Gender	.154	***
Digital skills	-.028	
Insecurity	.150	***
Self-efficacy	-.077	**
Sociability	.048	
Block 2 - Role of parents and teachers		
Trust and emotional support (mothers)	.104	***
Trust and emotional support (fathers)	.070	**
Trust and emotional support (teachers)	.072	**
Block 3 - Role of personal experiences and peers		
Personal experience	.019	
Overall risk exposure	-.011	
Trust and emotional support (peers)	.079	**
Alienation (peers)	.066	*
	Adj. F=3.935**	R ² =.123,

*p<.05; **p<.01; ***p<.001

Table 1 shows that girls had (or would have had) more negative feelings about profile hacking compared to boys. Adolescents had (or would have had) more negative emotions about profile hacking than pre-teens. It seems that a high level of digital skills did not have an impact on how children felt (or would have felt) about profile hacking. Personality characteristics, for their part, were important predictors: children who felt insecure or had low self-confidence, felt (or would have felt) more upset about profile hacking, which could be connected to a lower sense of control.

Surprisingly, children who had better *relationships with parents or teachers* (would) have felt more upset about profile hacking. In particular, their relationships with their mothers was a strong predictor, with children who were getting more warmth and support reporting higher intensity of harm. A similar pattern was found with having supportive relationships with teachers, which was related to more harm when dealing with profile hacking. The role of fathers was less pronounced although good father-child relationships were also associated with feeling more upset. This outcome prompts us to reflect on the causality of the relation between social and contextual elements and feeling upset.

Personal experience with profile hacking and *overall risk exposure* – i.e., being confronted with at least one of six types of online risks in the last year⁸ – did not have any significant impact on the intensity of harm. This confirmed our finding that children with and without personal experience evaluated the emotional impact of profile hacking in a similar way. Overall, profile hacking was perceived as considerably harmful. *Support from peers* had ambivalent outcomes; children who did not feel accepted in their peer groups reported more negative feelings with respect to profile hacking. At the same time, children who trusted their peers also reported more harm.

Among all interviewed children, we noticed that some tended to associate profile hacking with online bullying, emphasizing that it threatened their image and reputation among peers because hackers could make inappropriate use of personal information or “steal their identity”. Others considered profile hacking mainly as an act of online teasing, something that happens among classmates “just for fun.” Several children had been confronted with such episodes of teasing, personally or as bystanders. Such practices were perceived as normal, and children were expected to tolerate some teasing behavior from their (close) friends. They seemed to accept this situation, although their teachers indicated that such episodes of teasing could escalate due to misunderstandings, end up in dramatic circumstances, and “ruin the atmosphere” in class or at school.

Tessa (13 years): These days there is a lot of fuss at school about these popular girls’ profiles being hacked. Things like sharing photoshopped pictures of them, things like that. But yeah, everyone knows it’s fake, so yeah, then [it’s not so bad].

⁸ Exposure to online bullying, sexual images or shocking images, meeting strangers, sexting and profile hacking.

COPING WITH PROFILE HACKING

When confronted with profile hacking, 81% of the respondents (would) have protected their personal information in a better way. Most children would have changed their privacy settings (75%), blocked contact persons (74%) or deleted images or messages (62%). Communicative strategies were less popular; about half would have talked with friends (49%) or parents (45%). Few would have sought support from online helplines (11%). About one in three (34%) claimed they did not or would not have cared about what happened, possibly because they did not perceive the situation as problematic. One in five (20%) would have taken revenge, trying to hack back the perpetrator's profile.

PREDICTORS FOR PROACTIVE STRATEGIES, COMMUNICATIVE COPING AND INDIFFERENCE

To test which children preferred certain coping approaches, we conducted three multiple hierarchical regression analyses with latent coping variables as dependents. Similar to the procedure for impact and harm, we used the ENTER-method, starting with the predictors that had been identified as relevant factors in our previous analyses (VANDONINCK; D'HAENENS, 2015), pursuing indicators that had produced more ambivalent results. In Block 1, we entered age and gender as control variables. In Block 2, we added variables related to personal experience and impact. In Block 3, we included individual characteristics, i.e., personality indicators and level of digital skills. Block 4 inserted indicators for the quality of children's relationships with parents, teachers and peers. Finally, Block 5 sought interaction effects, so we included harm and experience and skills and age as interaction terms.

While *older teenagers* adopted more proactive strategies, younger children tended to prefer a communicative approach. Although one would expect *girls* to be more communicative (VANDONINCK; D'HAENENS, 2015), gender did not play a significant role in coping with profile hacking. *Intensity of feeling upset* was a strong predictor in all regression models. Children who (would) have felt more upset showed more engaged coping, while a low intensity of harm predicted disengagement or indifference. Previous *personal experience* with profile hacking was of little importance for children's coping approach. Looking at *personality characteristics*, we observed that children who felt insecure were more likely to be indifferent. At the same time, insecurity also predicted proactive coping. We identified a similar trend among children with high self-efficacy; they tended to be more indifferent, but also responded more proactively. Clearly, personality on its own cannot predict how children cope with profile hacking, and we have to take other factors into account in order to understand how children deal with this online risk. Children with low levels of *digital skills* preferred low-tech strategies such as communicative coping. Those who were more digitally skilled adopted more proactive strategies that required some (basic) digital skills.

TABLE 2
PREDICTORS OF COPING APPROACHES
Hierarchical multiple regressions (ENTER method).
Individual and contextual elements predicting communicative coping, proactive coping, and indifference.

	Communicative coping		Proactive coping		Indifference		
	Beta (β)	p-value	Beta (β)	p-value	Beta (β)	p-value	
Block 1 – Sociodemographic variables							
Age	-.132	***	.181	***	-.028		
Gender	.035		.029		-.024		
Block 2 – Personal experience & impact							
Intensity of harm	.221	***	.312	***	-.101	***	
Personal experience	.033		-.031		.049	*	
Block 3 – Individual characteristics							
Insecurity	.040		.075	**	.103	***	
Self-efficacy	-.001		.057	*	.115	***	
Digital skills	-.141	***	.122	***	-.023		
Block 4 – Social context							
Trust and emotional support (mothers)	.197	***	.167	***	.038		
Trust and emotional support (fathers)	.073	**	.020		.044		
Trust and emotional support (teachers)	.116	***	.103	***	.106	***	
Trust and emotional support (peers)	-.016		.012		-.016		
Alienation (peers)	.090	***	.040		.010		
Block 5 – Interaction effects							
Harm and experience	N/A		.013		-.044		
Skills and age	N/A		-.097	***	.087	***	
		Adj. R ² =.289 F=64.30***		Adj. R ² =.252 F=45.94 ***		Adj. R ² =.053 F=8.46***	

Children who had good *relationships with their mothers* displayed more engaged coping. Good *relationship with their fathers* promoted communicative coping, although this was a weaker predictor. Findings for *relationships with teachers* were ambivalent. Children who confided in their teachers engage more in communicative coping and proactive strategies. Remarkably, at the same time, there was also a positive association with indifference. Our outcomes confirmed the complex *role of peers*; children who felt alienated from peers (and more lonely) nevertheless had the intention to talk with somebody about the situation.

The interaction of *harm and experience* did not seem relevant for coping with profile hacking. Interaction effects for *digital skills and age* applied to proactive coping and indifference. We observed that in the older age group, the level of digital skills had no impact on (intentions of) proactive coping. In contrast, in the younger age group we noticed a serious decrease in proactive coping among children with low digital skills. Furthermore, in the older age group,

higher levels of digital skills were associated with more indifference. In the younger age group, however, children with few digital skills had a more indifferent attitude.

EXPLAINING CHILDREN'S COPING RESPONSES

Upon analysis of qualitative data about profile hacking, a common coping approach was deactivating hacked accounts and subsequently creating new profiles. Peers often recommended this approach to victims: It was received as an effective and helpful strategy that reduced negative consequences. Some children sought practical assistance from parents or siblings in the process of account deactivation. Victims also invested in efforts to inform peers (online and offline) about the situation in order to protect their reputation among classmates and other friends. The victims warned classmates and friends not to believe anything that was posted on the old profile. If the hacker could be identified, most children considered engaging in personal confrontations, either constructive (i.e., communicative coping) or aggressive (i.e., retaliation or revenge).

Some children adopted an indifferent attitude when confronted with profile hacking. Self-confident children claimed it was easy to ignore nasty comments from peers on their old profile, because they had a stable reputation among peers and (pretended) not to care about what others think. Peer group values and norms also played a role in children's decision to refrain from proactive strategies and accept or normalize the situation. Tolerance towards peers' practical jokes in online contexts seemed high. Some victims of profile hacking reframed them as practical jokes "just for fun" among friends. They argued that such things should not be taken seriously and it would not make sense to "make drama."

Wendy (13 years): They tried to [*hack my profile*] with my password, and one time they succeeded. So then I totally had to restart with Facebook. But at the time I didn't have [*Facebook*] for a long time, it was just in the beginning. But yeah... you can't do anything [*to avoid it*]. [*They didn't post anything on my profile*], so I immediately created a new Facebook account, and my mom she deactivated it [*the (old) hacked account*].

For some victims of profile hacking, simply deactivating the account may have been insufficient to restore emotional well-being. Thus, they sought emotional support from parents or teachers. An open communication climate in the family or at school – where adults show a genuine interest in children's online activities – encouraged them to engage in communicative coping.

CONCLUSION

In this study, vulnerability to privacy risks such as profile hacking was defined as a combination of feeling harmed and not having sufficient cognitive capacities or social resources to adopt an engaged coping approach. Personality and social context seemed two key elements in identifying children who struggled more with profile hacking. Insecurity, low self-confidence

and alienation from peers were found to be associated with higher intensity of harm. We conclude that these children would benefit from an engaged coping approach so as to reduce harm. Nevertheless, they showed no consistent engagement in proactive or communicative coping responses. Insecure children were even more likely to remain indifferent. Children's social context is important, as it provides social capital and resources for practical and emotional support (CASSIDY, 1994; BELL; CALKINS, 2000; BROWN; BAKKEN, 2011), and can prevent children from disengagement or aggressive. Close relationships with parents (especially mothers) and teachers were found to be associated with communicative coping. Hence, a strong and supportive social network can help children who feel (very) upset find appropriate ways to deal with the problem.

Emotional support from peers have ambivalent outcomes, possibly because the line between peer support and peer pressure can be very thin, especially for early and middle-adolescents and for children who are more naïve and less self-confident. While more resilient children know how to manage such peer pressure, this is more challenging for children with lower self-confidence who have a tendency to comply to peer group norms and have more difficulties in expressing their own opinions about what they (dis)like about certain online practices (SIIBAK; MURUMAA, 2011).

To conclude, we should promote open communication and facilitate opportunities to seek support. In such an open communication climate, children should feel comfortable to talk about unpleasant online experiences without fear of severe punishment or extreme repercussions. Lowering the threshold for communicative coping can be challenging, particularly when it comes to instilling confidence in less talkative children. Parents and teachers should therefore carefully observe children with personality characteristics like low self-confidence, insecurity and loneliness, and proactively approach them to talk about their online experiences and how they are feeling about those experiences.

REFERENCES

- BARBOVSCHI, M. "Dealing with misuse of personal information online – coping measures of children in the EU Kids Online III project". *Communications: The European Journal of Communication Research*, v. 39, n. 3, 2014, p. 305-326.
- BELL, K. L.; CALKINS, S. D. "Relationships as inputs and outputs of emotion regulation". *Psychological Inquiry*, v. 11, n. 3, 2000, p. 160-163.
- BOYD, D. "Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life". In: BUCKINGHAM, D. (org.). *Youth identity and digital media*. Cambridge: MIT Press, v. 6, 2008, p. 119-142.
- BROWN, B. B.; BAKKEN, J. P. "Parenting and peer relationships: Reinvigorating research on Family-Peer linkages in adolescence". *Journal of Research on Adolescence*, v. 21, n. 1, 2011, p. 153-165.
- CASSIDY, J. "Emotion regulation: Influences of attachment relationships". *Monographs of the Society for Research in Child Development*, v. 59, n. 2-3, 1994, p. 228-283.
- D'HAENENS, L.; VANDONINCK, S.; DONOSO, V. *How to cope and build online resilience?* London: EU Kids Online, 2013. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/48115/>>.

DE VRIES, D. ; PETER, J. ; DE GRAAF, H. ; NIKKEN, P. ; VALKENBURG, P. "Adolescents' social network site use, appearance training and body dissatisfaction: Testing a mediation model". In: 5th EUROPEAN COMMUNICATION CONFERENCE, 2014, Portugal.

ELLISON, N. B.; HEINO, R.; GIBBS, J. "Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment". *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 11, 2006, p. 415-441.

ELLISON, N. B.; BOYD, D. "Sociality through social network sites". In: DUTTON, W.H. (org.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, 2013, p. 151-172.

KOWALSKI, R.; GIUMETTI, G.; SCHROEDER, A.; LATTANNER, M. "Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth". *Psychological Bulletin*, v. 140, n. 4, 2014, p. 1073-1137.

LIVINGSTONE, S. "Taking risky opportunities in youthful content creating: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression". *New Media & Society*, v. 10, n. 3, 2008, p. 393-411.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. (org.). *Kids Online. Opportunities and Risks for children*. Bristol: The Policy Press, 2009.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GORZIG, A.; OLAFSSON, K. EU Kids Online II: Final Report. London: EU Kids Online, 2011. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/39351/>>.

MACHMUTOW, K.; PERREN, S.; STICCA, F.; ALSAKER, F. D. "Peer victimization and depressive symptoms: Can specific coping strategies buffer the negative impact of cybervictimization?". *Emotional and Behavioural Difficulties*, v. 17, n. 3-4, 2012, p. 403-420.

MAZZARELLA, S. (org.). *Girl Wide Web 2.0: Revisiting girls, the Internet and the negotiation of identity*. New York: Peter Lang, 2010.

SCHOUTEN, A.; VALKENBURG, P.; PETER, J. "Precursors and underlying processes of adolescents online self-disclosure: Developing and testing an 'internet attribute perception' model". *Media Psychology*, v. 10, n. 2, 2007, p. 292-315.

SIIBAK, A.; MURUMAA, M. "Exploring the "nothing to hide" paradox: Estonian teens' experiences and perceptions about privacy online". In: A DECADE IN INTERNET TIME: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society, 2011, UK.

SIPPOLA, L. K.; BUKOWSKI, W. M. "Self, other and loneliness from a developmental perspective". In: ROTENBERG, K.; HYMEL, S. (org.). *Loneliness in childhood and adolescence*. New York: Cambridge University Press, 1999, p. 280-295.

SMOCK, A. D.; ELLISON, N. B.; LAMPE, C.; WOHN, D.Y. "Facebook as a toolkit: A uses and gratifications approach to unbundling feature use". *Computers in Human Behavior*, v. 27, n. 6, 2011, p. 2322-2329.

VANDENBOSCH, L.; PETER, J.; VAN OOSTEN, J. "Exposure to violence-themed, dominance-themed and affection-themed sexually explicit internet material in adolescent boys and girls". In: ETMAAL VAN DE COMMUNICATIEWETENSCHAP, 2015, Belgium.

VANDONINCK, S.; D'HAENENS, L.; SEGERS, K. "Coping and resilience: children's responses to online risks". In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. (org.). *Children, risk and safety on the Internet. Research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: The Policy Press, 2012, p. 205-218.

VANDONINCK, S.; D'HAENENS, L.; ROE, K. "Online risks: Coping strategies of less resilient children and teenagers across Europe". *Journal of Children and Media*, v. 7, n. 1, 2013, p. 60-78.

VANDONINCK, S.; D'HAENENS, L. "Children's online coping strategies: Rethinking coping typologies in a risk-specific approach". *Journal of Adolescence*, v. 45, 2015, p. 225-236.

VAN GOOL, E.; VAN OUYTSEL, J.; PONNET, K.; WALRAVE, M. "To share or not to share? Adolescents' self-disclosure about peer relationships on Facebook: An application of the Prototype Willingness model". *Computers in Human Behavior*, v. 44, 2015, p. 230-239.

VAN OUYTSEL, J.; WALRAVE, M.; PONNET, K. "How schools can help their students to strengthen their online reputations". *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, v. 87, n. 4, 2014, p. 180-185.

VEENSTRA, S.; VANDEBOSCH, H.; WALRAVE, M. "Cyberbullying: Defining, understanding and intervening". In. LEUKFELDT, R; STOL, W. (org.). *Cyber Safety: An introduction*. The Hague: Eleven International Publishing, 2012, p. 217-226.

YOUN, S. "Determinants of online privacy concern and its influence on privacy protection behaviors among young adolescents". *The Journal of Consumer Affairs*, v. 43, n. 3, 2009, p. 389-418.

ZHAO, Y.; QIU, W.; XIE, N. "Social networking, social gaming, texting". In. SINGER, D.G.; SINGER, J.L. (org.). *Handbook of Children and the Media*. Los Angeles: Sage, 2012, p. 97-112.

SURF SAFE CAMPAIGN: THE RIGHT TO BE AN ADOLESCENT IN THE VIRTUAL ENVIRONMENT

Gabriela Goulart Mora¹

INTRODUCTION

Understanding the context in which Brazilian adolescents build their identity, gain autonomy and interact with peers and key adults is an essential step to support their development process. While connectivity has been identified as a challenge for 26% of the population from 10 to 15 years of age and 17% of the population from 16 to 24 years of age², it is difficult to think about adolescence in the contemporary world dissociated from information and communication technologies (ICT). In a context in which young people modulate their subjectivities through the “devices of visibility of their generation” (BRUNO, 2013), being an adolescent means seeing and – at the same time – being seen, observing and being observed, producing their own visibility, memory and narrative about themselves and their era, without depending on the authorization or intervention of third parties (BRUNO, 2013).

To promote the right to be an adolescent³, in both virtual and offline environments, the Surf Safe Campaign (*#Internet Sem Vacilo*, in Portuguese), launched in 2015, invited Brazilian adolescents to reflect on their Internet practices. The initiative seeks to encourage this age group to take advantage of online opportunities, avoid unnecessary risks and be familiar with support channels when they find themselves in vulnerable situations.

¹ Official for the Adolescent Citizenship Program of Unicef in Brazil. Master's Degree in Anthropology and Development from the London School of Economics and Political Science (LSE), Master's and Bachelor's Degree in Social Communication from the University of Brasília (UnB). She worked as a researcher, communicator and manager of social projects in nongovernmental and international organizations in Brazil, India and England.

² According to the ICT Households 2014 survey, 74% of the population from 10 to 15 years of age and 83% of the population from 16 to 24 years of age were Internet users in Brazil, based on the criterion of individuals who used the Internet at least once in the three months prior to the interview. (CGI.br, 2015b).

³ Through the phrase “the right to be an adolescent”, Unicef proposes an outlook on adolescence as a time of opportunities, shifting the emphasis that primarily defines it as a period of crisis or as a problem. Accordingly, adolescence can be considered one of the most interesting life cycles, full of opportunities for learning, experimentation and innovation: a stage of life that needs to be lived fully, in a healthy, stimulating way, and protected by the rights assured in the Convention on the Rights of the Child and, in Brazil, in the Statute of the Child and Adolescent (UNICEF, 2011).

The Surf Safe Campaign led to a series of reflections and lessons learned, including the importance of transcending the online/offline binary. It is vital to understand that new generations share their ideas and positions, and build relationships in various social spheres. This dynamic requires a repositioning of the family, the state and society in the face of new digital media, so that these actors do not neglect their role of supporting adolescents in developing resilience to risks, recognizing opportunities and participating in discussions on Internet governance.

Through this campaign, it was possible to experience new languages and make the transition from a unidirectional communication model to a channel of direct dialogue with the adolescent world. The initiative also helped to put the issue of Internet safety on the agenda of adolescents, parents, educators and operators of the System of Guarantee of Rights. It also brought to the fore the need to broaden the engagement of adolescents in the virtual environment to participate in the discussion on their rights, taking into account the diversity of Brazilian adolescents and considering contexts of inequality and vulnerability that affect their development.

AUTONOMY WITH GUIDANCE

The “Internet Use by Adolescents” survey revealed that, in 2013, 30% of adolescents did not have access to the Internet. Within this group, particularly noteworthy are youth living in the North and Northeast regions, black and indigenous people, as well as adolescents from low-income families (UNICEF, 2013). The study also pointed out that the inequalities that affect the lives of adolescents, as well as the situations that leave them vulnerable, extend to the virtual environment. The findings indicate, therefore, the importance of parents, educators and key adults accompanying this process, so that adolescents can safely, critically and responsibly use these new information and communication technologies (VOLPI, 2014).

However, accompanying the behavior of adolescents on the Internet does not mean monitoring or establishing restrictive measures, but being open to dialogue, guidance and support. Studies on the influence of parental mediation in relation to Internet use by children – albeit few – indicate that restrictive mediation strategies tend to be ineffective and easily circumvented. Parental mediation is likely to be more effective when open dialogue is established regarding the opportunities and risks related to Internet use and a relationship of trust is built, which the adolescent can rely on if he or she experiences an unpleasant situation online (APPEL et al, 2012).

The ICT Kids Online Brazil survey has pointed out, over the years, that adolescents are accessing the Internet every day more often and in a more individualized way. The 2014 edition revealed that daily Internet access was a common habit among 81% of Internet users from ages 9 to 17. They demonstrate autonomy (82% accessed the Web through a mobile phone and 32% through a tablet) and skill with the tools (among users aged 11 to 17, 64% reported knowing how to block messages). Exposure to risks that can lead to situations of vulnerability was also noted in the survey: among young users 9 to 17 years of age, 15% had been treated offensively online; among 11 to 17 year olds, 21% had viewed hate messages and 10% reported that someone had used their personal information in way they did not like. In addition, among

users aged 9 to 17 who have a profile on social networks, 52% said they keep their profile public (CGI.br, 2015a).

Researchers suggest that the risk factors to which adolescents are exposed on the Internet should be analyzed in a contextualized way, over and above the virtual environment (LIVINGSTONE et al, 2016; LIVINGSTONE; SMITH, 2014; LIAU et al, 2015). In the view of Livingstone et al (2016), the issue needs to be addressed holistically, not just from the perspective of risks – to avoid upholding excessively protectionist or restrictive policies, which can undermine freedom of expression in this population group. The authors also argue that implementing the rights of children in the digital age requires not only the endorsement of human rights, but also the empowerment and participation of users, which can help foster their creativity, innovation and social commitment. In this context, risks and opportunities need to be balanced out and the participation of children should be encouraged so that they can learn to navigate the opportunities and develop resilience to the risks arising from Internet use.

Livingstone and Smith (2014) carried out an analysis of studies published since 2008 on the risks for children who use the Internet, reviewing research in the areas of psychology, sociology, education, communication and computer science in different countries, primarily Europe, North America and Australia. The authors concluded that the risks of cyberbullying, contact with strangers, sexting and pornography affect less than one in five adolescents and the prevalence of exposure to situations of risk does not increase with greater access to mobile phones and digital media, possibly due to the growing number of initiatives to raise awareness about online safety. The survey also found that psychological and social factors not originating from the virtual environment, such as self-esteem issues, lack of parental support or social norms among peers, may have a bearing on the exposure of children to risks.

Liau et al (2015) examined interventions aimed at promoting safe Internet use by adolescents and reached the following conclusions: the more information they receive about Internet safety, the less risks they run; the greater the flow of personal information available on the Web (musical tastes, address, phone, photo, etc.) the greater the likelihood of them meeting up with people they met online; even when parents establish rules, adolescents set their own Internet use boundaries; direct parental supervision, with techniques to control what they access or by using filters, does not reduce the risk, but, adolescents who talk to their parents about messages they receive containing pornographic content are less likely to meet up with people they met online.

These findings reinforce the argument that advocates dialogue between parents and children. They also suggest that the decision-making process to set behavioral boundaries on the Internet be done in a participatory way, making room for children to share their Internet experiences with their parents and create opportunities for mutual learning.

SURF SAFE CAMPAIGN

To promote the participation of adolescents in the virtual environment, the Surf Safe Campaign⁴, publicized on Unicef's social networks between July and September 2015, presented videos, memes, a guide with practical tips and a test for adolescents to assess their online behavior.

With informal and humorous language, five themes were addressed: cyberbullying and sexting; privacy; online friendships and relationships; safe information searches; and prejudice and intolerance. The YouTubers Pyong Lee and Jout Jout voluntarily participated in the campaign, starring in videos recorded in Rio de Janeiro⁵: in a public square, Pyong Lee approaches passersby and asks them questions that would be considered unusual in offline interactions, but very common in the virtual environment: "Do you want to be my friend?", "What are you doing tonight?", "Did you know that the price of the subway is going up? I saw it on the Internet "," Do you want to see a video of my girlfriend?". In the studio, Jout Jout watches the videos, make comments and invites adolescents to reflect about what they do online.

To encourage adolescents to participate in the initiative as producers of content, a video and meme contest on the five themes of the campaign were sponsored. The authors of the four selected pieces (among the 120 received) drafted a script and participated in recording a video with YouTuber Pyong Lee. Minutes before recording, the adolescents were approached by an actor who played an employee from Unicef and asked whether the content provided by the participants in their personal profiles on social networks would be consistent with the mission of the organizers of the initiative, at the risk of stopping the recording of the project. The intervention sparked a discussion about the type of personal information they provide on social networks and the possible interpretations that these data could generate among the different audiences that access their profiles. The discussion was recorded and used as part of the campaign material.

RESULTS

The campaign reached 14,468,487 people, generated 1,047,925 views and engaged 1,596,719 users on the different social networks in which Unicef is present in Brazil⁶. Besides the Unicef's social networks, the pieces were also disseminated by partnering institutions and used as support material for Internet safety training, conducted by SaferNet with 750 adolescents and youth and 1,400 educators and operators from the System of Guarantee of

⁴ The initiative was made possible through the creation of the Fermento Promo Agency, support from Google and the partnership with SaferNet Brasil, which in addition to providing technical support related to the content, conducted in-person workshops on Internet safety with adolescents and educators. The complete material is available at: <www.internetsemvacilo.org>.

⁵ Script by Daniel Cariello and produced by Clariô Filmes.

⁶ On Facebook, it reached 13,728,900 people. There were 23,592,243 impressions and 381,881 users were engaged. The videos obtained 990,459 views and the posts obtained 136,793 likes, 8,767 comments and 17,069 shares. On Twitter, there were 739,587 impressions, 3,088 retweets and 3,877 likes. On YouTube, there were 57,466 views, 1,281 likes, 31 comments and 254 shares.

Rights of Children, including technicians from Dial 100, a federal government channel for providing guidance and reporting human rights violations. The material also received ample coverage in the press, with more than 70 articles on the initiative, including the leading newspapers and news programs in the country.

As a result, the Surf Safe Campaign led to a series of lessons learned which help to define the problem and redefine the strategy for digital communication and promotion of citizenship among adolescents: make the language used in communicating with this audience more flexible, transcending the institutional paradigm of transmitting unidirectional messages to a wider audience; invest in social networks as an interactive communication strategy; initiate dialogue with young people and seek to build new initiatives together; form innovative partnerships with vloggers (or video-bloggers) who have an affinity with the mission of Unicef and talk directly with the adolescent audience; join up with institutions working in the area of research, Internet safety and promotion of human rights on social networks – such as *Humaniza Redes* (Humanize Networks, in English) of the Federal Government; SaferNet, the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) – and esteem the diversity of adolescents in the country, ensuring that different voices participate in this dialogue.

RIGHT TO PARTICIPATION

The Surf Safe Campaign sought to extend civic participation of adolescents to the virtual environment through the creation and strengthening of networks and groups which are self-organized or linked to civil society organizations. Such groups work to ensure that adolescents, and primarily those more impacted by inequality, have a voice in public policy discussion forums. These include networks, for example, that advocate the right for safe and inclusive sports (Rejupe); better living conditions for adolescents and young people with HIV (RNAJVHA); reduction of inequality in the Semi-Arid Region (Citizenship Center for Adolescents - Nucas), in the Amazon (Youth for Life in the Amazon - Juva) and in lower income communities in major urban centers (PCU); rights for the LGBT community, indigenous people (Rejuind) and the black population; improved rural and high school education; among other themes.

In this regard, participation can be understood as a right and, at the same time, as an opportunity to create mechanisms to overcome vulnerabilities and move into a healthy and positive stage of development. Adolescents

Are creative and have a tremendous desire and ability to learn and contribute. They experience new ways of studying, researching, playing, communicating and interacting. Thanks to them, a new way of building knowledge is underway, providing countries with a priceless opportunity to enhance the potential of information and communication technologies and promote equal development (UNICEF; SNJ, 2014).

The right to participation, as well as respect and value given to the way children behave and express themselves, should be no different on the Internet. In fact, among the legal frameworks that guarantee the right to participation is the Convention on the Rights of the Child, which, in Article 12, guarantees children the right to express views freely and have these views be heard and given due weight. Article 13 reaffirms the right to freedom of

expression and to seek, receive and spread 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. Article 14 recognizes the right of the child to freedom of thought, conscience and religion. Article 15 proclaims the right of children to freedom of association and peaceful assembly. Other articles establish the right of children – whatever their social, family and educational situation – to have their points of view be given due consideration (Articles 9, 16 and 29). Finally, Article 17 ensures access to information and materials to promote their social, spiritual and moral well-being and physical and mental health.

In Brazil, the Statute of the Child and Adolescent, approved in 1990, also highlights the right to participation: in Chapter 2, Article 16 addresses the right to freedom of opinion and expression, to participate in family and community life without discrimination and have a voice in political life. In Chapter 4, Article 53 includes the right to organize and participate in student organizations. Under the title Protection Measures, in the chapter dealing with specific measures, children (alone or in the company of parents or guardians) are entitled to the right to be heard, to participate in acts and definition of measures to promote rights and protection, and to have their opinions properly considered by judicial authorities.

The Statute of Youth, enacted in 2013, also provides, in Article 2, for the promotion of autonomy and empowerment of young people; assigning value and promoting their social and political participation, directly and through representations; in addition to promoting creativity and participation in the development of the country.

By inviting adolescents to participate in the public discussion on the risks and opportunities of the Internet, while respecting their autonomy and ability to make choices, the Surf Safe Campaign promotes the principles of the Convention on the Rights of the Child in the digital age. As suggested by Livingstone (2016), the Internet is part of the lives of thousands of children, understood by them as a right – or a requirement to ensure their rights – to information, education and participation. The ways to interact, communicate and express their identity in adolescence cross online and offline frontiers. Our role is to prepare ourselves to ensure their right to protection, without taking away their right to participation.

REFERENCES

APPEL, M.; HOLTZ, P.; STIGLBAUER, P.; BATINIC, B. “Parents as a resource: communication quality affects the relationship between adolescents’ internet use and loneliness”. *Journal of Adolescence*, v. 35, p. 1641-1648, 2012.

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015a. Available at: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: 13 May 2016.

_____. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Households – ICT Households 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015b. Available at: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: 13 May 2016.

BRUNO, F. “Ver e ser visto: subjetividade, estética e atenção”. In. *Máquina de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LIAU, A. K.; KHOO, A.; ANG, P. H. "Factors influencing adolescents' engagement in risky internet behavior". *CyberPsychology and Behavior*, v. 8, n. 6, 2005.

LIVINGSTONE, S. "Reframing media effects in terms of children's rights in the digital age". *Journal of Children and Media*, v. 10, n. 1, p. 4-14, 2016. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1080/17482798.2015.1123164>>. Accessed on: 4 Apr. 2016.

LIVINGSTONE, S.; BYRNE, J.; CARR, J. *One in Three: Internet Governance and Children's Rights*, Innocenti Discussion Papers n. 2016-01. Florence: UNICEF Office of Research, 2016. Available at: <https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/idp_2016_01.pdf>. Accessed on: 1 May 2016.

LIVINGSTONE, S.; SMITH, P. K. "Annual Research Review: Harms experienced by child users of online and mobile technologies: the nature, prevalence and management of sexual and aggressive risks in the digital age". *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, v. 55, n. 6, p. 635-654, 2014.

UNITED NATIONS CHILDREN'S FUND – UNICEF; NATIONAL YOUTH SECRETARIAT. *Participação Cidadã de Adolescentes e Jovens*. Brasília: UNICEF, 2014. Available at: <http://www.unicef.org/brazil/pt/participacao_cidada2015i.pdf>. Accessed on: 13 May 2016.

UNITED NATIONS CHILDREN'S FUND – UNICEF. *O Direito de Ser Adolescente: oportunidade para reduzir vulnerabilidades e superar desigualdades*. Brasília: UNICEF, 2011. Available at: <http://www.unicef.org/brazil/pt/resources_22246.htm>. Accessed on: 1 Mar 2016.

_____. *O Uso da Internet por Adolescentes*. Brasília: UNICEF, 2013. Available at: <http://www.unicef.org/brazil/pt/resources_26460.htm>. Accessed on: 2 May 2016.

VOLPI, M. "The Adolescents' Internet: a great library of information and a place for friendship". In. BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE (CGI.br). *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2013*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI. br, 2014. Available at: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Accessed on: 13 May 2016.

THE CRITICAL, CREATIVE AND SHARED USE OF DIGITAL LANGUAGES

Regina de Assis¹

THINKING AND INTERACTING THROUGH DIGITAL LANGUAGES

Of particular interest in the results of the ICT Kids Online Brazil 2014 survey is the indicator that demonstrated a significant increase in Internet access through mobile devices (82% of children who were Internet users reported accessing it through mobile phones, against 53% in 2013) (CGI.br, 2015). One of the immediate consequences of it is the need to reflect on whether these resources, along with others, should they be available or not, are used pedagogically in Brazilian schools.

This reflection brings about the need to critique some of the concepts that permeate this issue. First, there is the need to inquiry about the genesis of the constitution of knowledge and values through the critical, creative and shared use of digital languages. Next, the constitution of knowledge and values must be correlated with the current discussion of digital skills and literacy. These tend to be considered the basis for effective use of desktop computers, laptops, tablets, electronic games, and mobile phones by children.

In this context, it arises a need for discussion based on a broader and deeper epistemological analysis, which the present article does not intend to exhaust. However, this field of analysis must be opened as much as possible, as its conclusions, even if partial, affect the education of children, their teachers, as well as the resulting public policies.

The work carried out by many researchers ever since the creation of digital languages has contributed, and will continue to contribute, to the integration of new and necessary theoretical and practical knowledge. Such knowledge clarifies concepts and indicates a more secure direction for research and possible uses of media in education. Hence, this work takes place in the ever-present interconnections among *techné*, *epistheme*, and

¹ Master's degree in education from Harvard University and PhD in education from Columbia University. Professor at the University of Campinas (Unicamp), Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC-RIO) and Rio de Janeiro State University (UERJ), from which she is retired. Former municipal secretary of education for Rio de Janeiro, founder and former president of the Municipal Media Producer of Rio de Janeiro (MultiRio), member of the National Council for Education (1996-2000) and the group of experts for the ICT in Education and ICT Kids Online Brazil surveys produced by Cetic.br. She is also an education and media consultant, and currently works as the secretary of the Secretariat of Integration to Educational Systems/SASE, of the Ministry of Education.

aesthetics, in the enduring context of the correlation between science and art. It involves understanding the social, cultural and symbolic practices that children and the adults with whom they live develop when they think and interact, via digital languages, in the space and time of the Internet.

The results of these reflections can help indicate new aspects to be considered in surveys by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), in addition to some of the steps to be taken by means of pedagogy programs and public policies for education.

CONSTITUTING KNOWLEDGE AND VALUES

Much has been researched, theorized and disseminated about the genesis and sources of human knowledge. However, systemic and academic research practices, in general, pedagogical practices in Brazilian schools, and development of public policies have not always clarified the theoretical premises that inform them.

In the context of the relationship between children, their parents or guardians, teachers and digital languages – provided by several types of supports and amplified considerably with the advent of the Internet –, there is a certain deterministic voluntarism, in the sense that exposing students to technologies from an early age represents a passport to success in life and professional careers. This notion must be analyzed and discussed more comprehensively, since a cause-effect relationship had not been confirmed in practice.

Within the scope of public policies, there is also a trend in which equipping schools with computers, enabling broadband Internet access and “training” teachers through various projects, programs and initiatives is considered a fundamental need for the “progress of Brazilian education”. Assessments of the result of these actions have also been questioned by some Brazilian studies.

Some public and private universities and research institutions have centers that conduct investigations rigorously, cautiously, and longitudinally, that are focused on the complexities and extent of use of such media in education. However, the results of these research initiatives have not yet been reflected much in public policies and pedagogical practices across the country. This suggests the need to create some coordinated actions and pilot projects in media and education across various and distinct Brazilian regions, aimed at experimenting with, assessing and implementing different educational projects. These actions should take into account the rights of all, within the scope of all the unequal and diverse situations that exist across the country.

However, two concepts seem to be present when planning actions regarding the use of connected computers and mobile devices by children. These concepts refer to what has been called digital skills and literacy. Even though no definitive arguments can be presented on the topic, it is still important to critically analyze what these concepts refer to.

The idea of digital literacy carries with it some conceptual problems that are not reducible to lexicon, semantics or grammar. The issue lies in the actual concept of learning with computers and their multiple resources, such as the Internet, via mobile devices such as mobile phones.

To be literate is to memorize the alphabet, a set of 26 signs or letters. This process differs from the rich, stimulating and complex relationship process between thought and language, which enables us to:

1. Constitute meanings about values, whose origin lies in affects, which are culturally and socially created based on connections, disconnections, discoveries, inventions and traditions; and
2. Understand the meaning of knowledge, socially accepted and shared via languages, which includes digital languages.

Hence, what occurs with children and digital media is not a mere mechanical process of identifying the elements of these media, such as recognizing letters in a word, but so much more. Children are learning new and dynamic languages, often changing, inventing and adding various symbolic, semantic and grammatical elements, via individual or shared actions.

It seems, therefore, that the concept of digital literacy does not include aspects that are essential to understanding what takes place when children interact with digital media. However, the concept of skills is still relevant, especially when we consider the concept of so-called “digital natives”. These individuals are alleged to have “innate” ability to deal with machines and are thus easily able to “humiliate” their parents, guardians and even teachers with their knowledge.

Indeed, generations raised with televisions, computers, electronic games, robots and mobile phones naturally identify with these instruments, which are rich in playful capacity and prodigal in providing joy, varied emotions, good moods, beauty, and pleasure. However, some authors, such as Nejm (2015) and Alberro-Andrés (2004), have drawn our attention to the fact that digital natives possess limited skills when using these machines, learning their linguistic codes, and interacting with them. Therefore, adults must be responsible for mediating safety issues regarding the use and extent of the possibilities that constitute and broaden knowledge and values. It is in this context that the science and art of living and learning in the “media age” require that researchers, teachers, parents and guardians acquire more detailed knowledge about the processes of knowledge and value constitution, which is the priority target of education.

In 2016, Sonia Livingstone and Julian Sefton-Green, two of the most qualified and experienced researchers in the field, launched *The Class: Living and Learning in the Digital Age*, a book that resulted from several years of field research, analyses and texts. Based on the recognition that our lives are intensely permeated by digital media, the authors examined how children already connect, now and probably in the future, their formal and informal learning experiences at school, at home and with peers via activities related to their interests.

Some of the guiding questions of their research were:

- Do contemporary children and youth have more opportunities than their parents?
- Considering that they construct their own social and digital networks, does this contribute to new perspectives on learning and making friends?
- How do children navigate through formal and informal learning opportunities in a world that is digitally connected, but is also harshly competitive and highly individualized?
- What is expected from parents and what actions they actually take when educating their children in the media age?

Another important analogous study is that of Henry Jenkins, *By Any Media Necessary: The New Youth Activism* (2016), which took more than seven years to come together. It was created based on interviews with over 200 young activists and by monitoring their media use strategies. The goal was to better understand the mechanisms through which these groups detected the existing skills and interests of youth, helping them to channel these resources and knowledge into civic purposes.

This leads back to the issue mentioned above, the epistemological foundations of digital media use by children. Even though this use has been integrated into school practices, other uses must be integrated in the family, cultural and social contexts of children, which will be reflected in the organization of school curricula and pedagogical practices.

TECHNÉ, EPISTEME AND AESTHETICS

Once we stop recognizing and taking into consideration knowledge that has been created over centuries, we are enthusiastic about new and modern things, which do not always solve our problems, such as introducing them constructively into citizen life, in which rights and responsibilities that are exercised with autonomy, responsibility, and honesty contribute decisively to social justice in democratic societies.

The pleasures of power and of having instead of being and sharing in a consumption and market society is reflected in what is offered as education to many children. Therefore, it is important to remember the lessons taught by Aristotle through his paradigmatic theories of:

- *Techné*, which precedes technology, is a creative art, integrating knowledge, practices and experimentation; and
- *Episteme*, knowledge in its pure state, which generates sciences based on theory (ways of observing similar to those of the Creator or Theo), an exercise that helps us understanding how to work with digital media in education, a mix of creative arts and science, generating new languages and modes of being in the world.

In addition, if we add to this reflection Plato's poetics, which leads to the contemplation of beauty and the harmony of nature and pleasure, and centuries later gave rise to the field of aesthetics, we have a better understanding of how to study and integrate the ways that science, technology, and aesthetics, conjoined in digital languages, enabled by media and amplified by the Internet, can produce when used by children, their parents or guardians, and teachers.

The results of the ICT Kids Online Brazil 2014 survey point to the importance of the use of mobile devices and social networks, but did not detect an influence of these phenomena on pedagogical practices and academic results in schools. This shows that the majority of activities involving media occur outside curricular requirements and the constitution of knowledge and values in various areas of knowledge, such as mother tongues (for indigenous and immigrant populations), Portuguese language, Mathematics, the Sciences, Geography, and History, to mention a few. Furthermore, the survey results also pointed to the importance of parental mediation for the critical and safe use of the Internet. This was corroborated by another recent Brazilian study on the topic, "Advertising to Children in

Times of Convergence” (*Publicidade Infantil em Tempos de Convergência*, in Portuguese) (SAMPAIO; CAVALCANTE, 2016). However, these familiar practices lie within the field of value standardization, far from that of the constitution of knowledge. In this sense, skills for the critical use of Internet are still largely restricted to safety issues. This is a progress, but issues that refer to rights and citizenship are still underexplored, such as those related to gender, ethnicity, trends and behavior.

In conclusion, it is worth paraphrasing the Brazilian researcher Ana Luiza Smolka, who, on commenting about imagination and creation in childhood from the perspective of Vigotski, stated that these elements

can contribute to the understanding – and inspire the investigation – of how children experiment with the drama of life by appropriating to themselves the words of others and by incorporating social roles and positions; how they work with images and can objectify them; and how they end up putting life into words, transforming life into a novel, a work of art, turning writing into a vital and creative experience that can affect and transform oneself and others (VIGOTSKI, 2009).

All this can be amplified and shared, more and more, by the languages of digital media and its devices, which are increasingly mobile. The “brave new world” anticipated by Aldous Huxley over a century ago has arrived and is before us, demanding that we expand our understanding and renew our concepts.

REFERENCES

- ALBERO-ANDRÉS, M. The Internet and adolescents: the present and future of the information society”. In. GOLDSTEIN, J.; BUCKINGHAM, D.; BROUGÈRE, G. *Toys, Games and Media*. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2004, p.109 – 129.
- BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2014*. São Paulo: CGI.br 2015.
- HUXLEY, A. *Admirável Mundo Novo*. 22. ed. Rio de Janeiro: Globo Editora, 2014
- JENKINS, H.; SHRESTOVA, S; GAMBER-THOMPSON, L.; KLIGLER-VILENCHIK, N.; ZIMMERMAN, A. *By Any Media Necessary: the New Youth Activism*. New York: New York University Press, 2016
- LIVINGSTONE, S.; SEFTON-GREEN, J. *The Class: Living and Learning in the Digital Age*. New York: New York University Press, 2016
- NEJM, R. “Mediation for good choices in times of mobility”. In. BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2014*. São Paulo: CGI.br, 2015. p.249-258.
- SAMPAIO, I. S. V.; CAVALCANTE, A. P. P. *Publicidade Infantil em Tempos de Convergência*. Final Report. Fortaleza: Federal University of Ceará, ICA/GRIM, 2016.
- VIGOTSKI, L. S. *Imaginação e criação na infância*. Ana Luiza Smolka Comenta. São Paulo: Editora Ática, 2009, p.10.

MY PRIVACY, OUR RULES: SOCIAL STRATEGIES FOR MANAGEMENT OF PRIVACY AMONG ADOLESCENTS

Rodrigo Nejm¹

INTRODUCTION

The objective of the present article is to present a brief reflection on how adolescents manage their private information in interpersonal relationships developed on the Internet, through an understanding of the multiplicity of devices and appropriation possibilities of digital technologies. By exploring the reinvented rules and strategies used to define content and audiences in sharing private information, we will be better equipped to discuss this topic, going beyond the catastrophic hypothesis that adolescents overexpose their private life on social networks, without caring about their privacy. This raises the following questions: What rules do adolescents use to guide the disclosure of their private information? How do they manage the flow of this information? Are they capable of managing this issue with autonomy, freedom and security? According to the ICT Kids Online Brazil 2014 survey, Internet use by children is increasingly being done through mobile phones: among users 9 to 17 years old, this form of access increased from 21% in 2012 to 82% in 2014 (CGI.br, 2015). We can say that use of the Internet has become increasingly common, mobile and private. We are interested in observing the implications for privacy issues, not only from the perspective of security, but also as issues to be negotiated and managed, both individually and collectively, by adolescents in their daily digital lives. The results of the 2014 survey also pointed to intensification of Internet use through mobile phones among users 13 years old or older. The survey did not show any major differences among different income groups: although the proportion was higher among adolescents from families with incomes above three monthly minimum wages (89%), 77% of children from families with incomes of up to one minimum wage were also connected to

¹ Bachelor's degree in psychology from Sao Paulo State University (Unesp), Master's degree in management and development from Center for Interdisciplinary Social Development and Management (CIAGS), Federal University of Bahia (UFBA). Presently PhD candidate in social psychology at UFBA, internship at Paris Descartes University (Paris V) with activities at the School for Advanced studies in the Social Sciences (EHES). Researcher in the areas of psychology and new media in the Research Group on Interactions, Digital Technology and Society (GITS/UFBA), chief of education of SaferNet Brasil (NGO) and coordinator of Safer Internet Day in Brazil since it was first held in 2009.

the Internet through these devices. The gender difference was likewise not significant: 81% of female respondents and 82% of male respondents said they connected via mobile phones (CGI.br, 2015).

The increased use of Internet through mobile devices poses challenges for measuring frequency of use, which is carried out in numerous contexts throughout the day, while users are in various public and private spaces, and the boundaries between being online and offline are becoming more diffuse. Recognizing that the use and appropriation of the Internet need to be discussed in the context of other daily activities (BAKARDJIEVA, 2011), and emphasizing sociocultural differences, we focus on issues related to adolescents' willingness to expose of personal information on the Internet, in order to avoid an argument based on technological determinism. The use of Internet on the move, for example, is usual for 56% of users 13 to 14 years old and for 69% of those 15 to 17 years old (CGI.br, 2015). This offers greater possibilities for autonomy in peer interactions by allowing constant connection and freedom for choosing with whom and what content will be shared, without direct adult mediation. Especially during adolescence, strategies for self-introduction and self-representation gain strength in the complex process of identity formation. This process is essential for the consolidation of boundaries between self and other, setting different privacy rules that allow the strengthening and protection of the self during a life stage in which interpersonal relationships extend beyond the family circle and close peers (PETRONIO, 2002). Not surprisingly, access to social networks, along with the use of applications and programs for instant messaging, remained prominent, being cited by 83% of adolescents 13 to 14 years old and 87% of those 15 to 17 years old. However, sending instant messages was mentioned even more frequently than access to social networks: 86% of young users 13 to 14 years old reported performing this activity more than once a day (CGI.br, 2015). In this context, digital networks and social applications become increasingly relevant as spaces of socialization and development (BAYM, 2010; Boyd, 2014; LÜDERS, 2011; SUBRAHMANYAM, ŠMAHEL, 2011), which, apart from common opportunities, also reproduce socioeconomic and cultural inequalities present in other socialization environments (BARBOSA et al, 2013). Being in touch with peers, sharing information about themselves, and accessing information of others are social practices that take new shapes when enhanced by digital media, making privacy regulation dynamics and management of boundaries of access to self in social interactions more complex. In opposition to the idea that adolescents naturalize overexposure of intimacy, it seems relevant to take a more detailed look at the strategies and social rules for handling privacy and exposure in digital contexts, particularly alternatives for regulating the flow of personal information. By developing relationships in digital contexts through their own mobile phones - anywhere, any time - adolescents gain some autonomy in the selectivity of their interactions. This implies strict expectations about their availability and the definition of roles in their relationships with peers to whom they choose to expose personal information on the Internet (ITO, OKABE, 2005; SHKLOVSKI et al, 2015).

THE MULTIDIMENSIONALITY OF PRIVACY

Discussions about the end of privacy have developed in tandem with attempts to ensure it legally, both inside and outside digital media. The construction, deconstruction and reconstruction of the notion of privacy refer to fundamental topics in the formation of modern societies and continue to mutate within contemporary social transformations. Among the many aspects of privacy, despite many theoretical discussions in different areas, there is little consensus on the concept of its polyvalence (ACQUISTI, BRANDIMARTE, LOEWENSTEIN, 2015; BURGOON, 1982; DONEDA, 2006; MARGULIS, 1977; NISSENBAUM 2010; SCHAFER, 1980; SOLOVE, 2005; VEDDER, 2011). The present article emphasizes privacy as a component of the social dynamics of regulation of the limits of access to self (ALTMAN et al, 1981; DERLEGA; CHAIKIN, 1977; JOURARD, 1966) and the regulation of flows for sharing private information (MARGULIS, 2003; MARWICK; BOYD, 2014; NISSENBAUM, 2010; PETRONIO, 2002). We are specifically interested in the strategies that adolescents use when managing limits on access to the self, including access to personal information, personal spaces and even to some of the flow of thoughts and feelings that they share through digital media. Beyond the notion of invasion of privacy, this discussion emphasizes privacy as an aspect related to control of the intensity and amount of exposure that adolescents choose to practice in their interpersonal relationships, following explicit or implicit rules. We also believe that exposure and use of private information practices are based on individually and collectively defined rules in different interaction contexts (PETRONIO, 2002), and may occur voluntarily and directly or involuntarily and indirectly.

SHARED PRIVACY: BECOMING KNOWN BY OTHERS AND BY THEMSELVES

There once may have been a time when interactions in digital media were based on anonymity, favoring the manifestation of behaviors unexplored so far. However, nowadays adolescents voluntarily expose the details of their lives, even disclosing their real names, where they are, what they eat, what they think, to whom they are related, with whom they have some degree of kinship, in which institutions they study and what general preferences they have in terms of leisure. They also voice their opinions on different social and political issues in which they are interested. In the case of intentional exposure, it can be said that there is anticipation (and a risky offer) of more intimate content, in order to expand social ties and exchanges, even before there are positive responses in interactions. Adolescents may be aware of the potential risks and the potential for replication, persistence and scalability of what is exposed in digital media (BOYD, 2011). However, they seem more inspired by the immediate benefits they may receive, in order to avoid the risk of invisibility (BUCHER, 2012), than concerned about future consequences, even if not obvious, of leaving digital tracks in a context of hypervigilance (LEE; COOK, 2015). When we highlight the multidimensionality of privacy, the apparent contradiction between concern for privacy and behaviors around private information exposure (BARNES, 2006; TREPTE et al, 2014) presents an even more complex dynamic, beyond the “privacy paradox” (DIENLIN; TREPTE, 2015). It is precisely the dialectical relationship between exposure and security that needs to be stressed, emphasizing

the need for exposure of relevant aspects of self as interpersonal relationship triggers (ALTMAN et al, 1981; BOYD, 2011) and as an important part of the forms of presentation and managing impressions that adolescents practice in digital contexts (ELLISON et al, 2014; VITAK, 2015). From users most interested in recording and sharing as much detail about their lives as they can, such as *quantified self*² fans, to sporadic users who chat with friends and family via digital platforms, a considerable amount of personal information needs to be shared to initiate and maintain these interactions. Voluntary self-exposure not only allows becoming known and available to others, but is also a way to develop knowledge of the self from contributions and reactions of others, for the self becomes an object of reflection for their own consciousness (COOLEY, 1992; MEAD, 1972; GIDDENS, 2002). In this context, the creation of groups within platforms, the selection of direct communication tools, the choice of applications, and the criteria for inclusion in lists of connected friends are all variables that reveal different degrees of permeability of established boundaries and indicate diverse ways to share private information with diverse audiences (LAMPINEN, 2015). At the same time, each platform seems to offer a set of social norms to guide self-exposure, in a combination of contextual expectations of the platform and personal strategies for management of impressions, according to social conventions deemed appropriate for each type of interaction.

CO-OWNERSHIP DEMANDS CO-MANAGEMENT OF PRIVATE INFORMATION

In a context of intense interaction of adolescents with their peers in digital media, we highlight the creative and dynamic nature of bargaining strategies regarding the rules adopted whenever they feel that boundaries have been broken, or the co-owners of private information have not respected the expected control and use of this information. When information is exposed, receivers take individual and collective responsibility, creating confidence expectations on the part of those who shared the information. In this respect, adolescents are both receivers and holders of private information, a situation that creates the need for decisions about how to manage their privacy, based on co-ownership of information and personal spaces shared with peers (PETRONIO, 2002). An example of this strategy can be seen in negotiations that adolescents engage in with their closest friends on more restricted platforms such as WhatsApp, in order to define which photos may or may not be published on more public platforms like Instagram and Facebook. At the same time that they collectively agree on criteria for disseminating information, they also seem to respect implicit limits on the use of images shared on certain platforms like Snapchat, an application for sharing more spontaneous moments that is supposedly less demanding about management of impressions and goofy images, as stated by the adolescents. Although many adolescents know that from a technical point of view, saved images can be shared via Snapchat and replicated on other platforms, they have a tacit agreement that those images

² People who adhere to the use and development of sensor devices, software, collaborative online platforms, mobile phone apps and other tools to record and monitor their daily activities and reveal trends and correlations among their behaviors and their health, based on the long-term storage of several sets of indicators that allow for surveillance of a large number of conditions: chronic ailments, sexual activity, sleep quality, mood, productivity, time use, physical activity, etc.

should not be replicated in other contexts. Another example concerns strategies used to avoid exposing their online status on some platforms, such as using chat tools via Snapchat and returning as soon as possible to WhatsApp. Even when platforms and services change frequently, it is possible to observe that adolescents not only adapt to these changes, but also carry out creative interventions to meet the rules they consider appropriate for the flow of their private information. Collective coordination of private information limits also requires management of rules regarding permeability of boundaries, ownership of information, and connections between the limits of those who are or are not considered legitimate co-owners (CHILD et al, 2009). Given the collapsed context in digital media (BOYD, 2011), with fluid borders between invisible contexts and audiences, adolescents seek strategies to ensure they are active in the process of regulating who should have access to their information (BOYD, 2014; MARWICK; BOYD, 2014). Although we may admit that adolescents expose more information than was possible (or usual) a few decades ago, the complex individual and collective management of their online privacy cannot be ignored. In this context, lists of friends and contacts on social networks like Facebook and Instagram, as well as profile privacy settings, can be considered to indicate some limits on co-ownership of information and reveal expectations about the regulation of permeability and connections among the different co-owners of private information. This is also true for determining which contacts may have access to information on WhatsApp groups or post history on Snapchat. However, it is not evident that adolescents have the same perceptions of rights to co-ownership of their private information by those involved indirectly in their interactions in digital media. This brings us to a discussion of involuntary exposure, of indirect access to private information, despite all efforts to manage exposure among peers. If, by defining who the owners and co-owners of the shared information are, adolescents agree upon rules for coordinating limits within each platform and between platforms, it cannot be ignored that the companies that own these services are also co-owners of user information. They actively participate in boundary regulation, because of their power to change the rules for visibility and the terms of use of the information, according to their interests in other contexts.

INVOLUNTARY EXPOSURE AND THE DISPUTE FOR AGENCY IN REGULATING THE BOUNDARIES OF THE SELF

In a scenario of involuntary or indirect exposure that gives co-ownership of private information, not only to friends and family, but also to businesses and governments, an immense database of personal data and metadata³ is gradually being built. Information is being captured by every click and interaction mediated by digital technologies, especially as sensors that connect objects used daily, from food packaging to clothing, multiply. Companies (with their own personal data use policies) and governments (with their massive surveillance policies) act to define rules that make up the broader context in which exposure of private information occurs, generating changes in the multiple dimensions of privacy and changing the regulation dynamics of the

³ Metadata may be defined as “data describing data”, i.e., useful information to identify, locate, understand and manage data (IBGE). Available at: <<http://www.metadados.ibge.gov.br/consulta/glossario.aspx?letra=M>>. Accessed on: Jan 20, 2016.

flow of this information (NISSENBAUM, 2010). Since the coordination of limits is complex and occurs at multiple levels, privacy management rules can be violated and boundaries violated when the conventions are not clear or they are mutating, and contradictory standards act simultaneously in a given context (PETRONIO, 2002). It is very important to establish the borders between each group and each context, since “the limits act as a relational anchor for people in dyads, families, groups and organizations. The careful management of these limits gives individuals an agency role with which they can maintain different types of relationships” (PETRONIO, 2002, p.87). Given this involuntary exposure, one could question the degree of control that adolescents actually exert on their private information and the rules used to assess the costs of such exposure. Digital footprints can include both voluntarily transmitted expressions and those issued in mediated relationships, expanding the number of agents that act to regulate the limits of access to the self and the handling of private information. In addition to voluntary exposure recorded on the Internet, we cannot underestimate the volume of data and metadata that include user’s life details, unknown to users, because it is information that is indirectly revealed, such as logs of draft messages and publications⁴. This large amount of unintended - or unclear – exposure, although specified in terms of use of sites and applications, is hardly considered by adolescents to be a cost or risk high enough to minimize their exposure, especially when compared to the immediate positive return (LEE; COOK, 2015) offered by digital media in the development and maintenance of interpersonal relationships. Creating custom profiles that add personal data (profiling) has very serious implications for the agency of adolescents in regulating the limits of access to the self, not only in interpersonal relationships, but also in relationships with businesses, governments and society more broadly. Records of private information in digital contexts gradually becomes part of interactional routines beginning in childhood, such as consumption of games and videos; participation in and maintaining social relationships online; school and commercial activities; geolocation data; logs of medical consultations and tests; and information on the functioning of their own bodies by means of sensors used for the sake of health protection, including the trend toward progressive connection of household goods and clothing to digital media with the mediation of algorithms. Analysis and management of this large volume of data may restrict interaction contexts for adolescents in the future, especially in relation to suggestions about (or the definition or imposition of) content related to education, marketing, medical recommendations, public services and professions, considered appropriate based on the agency of ‘super-intelligent’ algorithms. Although discussions of algorithms are full of obscurities due to their invisibility and inaccessibility, even beyond dystopic speculation, their influence on the demarcation of regimes of visibility on platforms cannot be ignored in discussions of privacy in digital contexts (DIAKOPOULOS, 2015; GILLESPIE, 2014; TADDICKEN, 2012). In this respect, the computational language of algorithms is not just a technical expression, but also carries a complex set of social norms and moral values, from their conception to constant updating through use on the platforms in which they operate (ZIEWITZ, 2016). However algorithms may vary in the ways that they are imagined by adolescents in their daily use of platforms (BUCHER, 2016), algorithms bring to digital media a number of important rules for thinking about the management of privacy:

⁴ According to a study on self-censorship practiced by Facebook users, analyzing content that was not published, even though it was written inside the platform (DAS; KRAMER, 2013; SLEEPER et al, 2013).

rules on the settings of interactional environments; rules defining to whom information is exposed; and rules that determine some of the flow of exposed private information. For the most part, such rules are not known by users and are not negotiated, despite their relevance (DIAKOPOULOS, 2015; GILLESPIE, 2014). In this scenario, the agency regulating access limits to self and the management of private information flow is not only human and individual, but also plural and composed of the combined agency of users, their peers, groups and organizations, added to the agency of devices and algorithms themselves. From these complex connections, new situations arise that require hybrid coordination of privacy rules and new criteria for the evaluation of situations that may be considered harmful. The cost-benefit evaluation of exposure to interpersonal relationships will be made by algorithms that mediate the relations, not just by the adolescents who are directly involved.

PRIVACY AND DIGITAL LITERACY: TECHNICAL AND SOCIAL SKILLS AND PRINCIPLES

In this scenario, using digital devices is not synonymous with the ability to enjoy opportunities and consciously and critically take advantage of new relationship environments and social life, especially when we inquire about adolescents' skills in managing the flow of their private information. On the one hand, adolescents seem very creative in managing the flow of some of their voluntary exposure, motivated by achievement of social validation and strengthening of their ties. On the other hand, these motivations are not always associated with the search for technical and political skills related to the management of indirect and unintended exposure. Such limitations are reflected in poor ability to use primary technical resources, for example. According to the ICT Kids Online Brazil 2014 survey, among Internet users 13 to 14 years old, only 55% said they knew how to change privacy settings on a social network; 60% said they knew how to block messages from someone; and 39% said they knew how to delete the browsing history (CGI.br, 2015). These difficulties are more present in adolescents whose parents or guardians have less education and less favorable economic situations. At the same time, we highlight the use of social networks with public profiles, and frequent posting of selfies, full names and school names. Again, it is worthwhile to draw attention to socioeconomic differences and question discourses that overestimate the abilities of children who are considered "digital natives." The debate on the digital literacy of children is becoming increasingly urgent, even though it is being downplayed in many educational public policies. In the case of the management of private information, as well as in many other aspects, efforts to move toward education that includes the technical, social and political skills for digital citizenship are indispensable. In addition to the risks related to contacts and content already noted in the ICT Kids Online Brazil 2014 survey, we need to note that the shortage of skills in the management of privacy can itself constitute a risk that can cause serious damage to rights and online opportunities. The scenario becomes even more worrisome in the context of mobile and private use of digital media, with the progressive connection of clothing, accessories and household appliances to the Internet, especially if we realize that other people's devices can also capture data, and users are not always given the opportunity to choose how to manage their privacy and the use of collected data. Alongside the complex and dynamic technical changes that support digital environments, there are also different possibilities for

appropriation of technologies by adolescents, who are singular social actors and deserve the recognition by other citizens. At the same time that experiencing digital environments allows adolescents to remodel and expand their repertoires, their experiments also remodel their own digital environments, as adolescents are creative in their appropriation of such environments, not merely adapting to technical limitations or prescribed behaviors on each platform. In order to avoid any abuse being committed for the sake of protecting children online, it is worthwhile focusing on the provision of principles, legal support and provision of tools for young people to expand their degree of autonomy in the management of shared information and personal data on the Internet. We can also rely on greater participation of adolescents themselves in spaces for discussion of governance and formulation of public policy related to this topic, and in creating new devices, functionalities and technical standards to ensure and facilitate respect for the principles of freedom and privacy in everyday use of the Internet. Their participation can be enhanced by the inclusion of these topics in formal and informal education, revising agendas of old computer science classes to include the current classes on computers and digital citizenship, with the introduction of basic programming notions, along with reflections on the ethical, political and economic implications of the codes and algorithms used in everyday life. The expansion of digital literacy is a challenge that cannot be avoided if we consider digital technology to be a potential enhancer of inclusive, sustainable development and respect for human rights.

CONCLUSION

On the one hand, the management of exposure in digital contexts expands the agency of adolescents in controlling information and personal spaces in gradual attainment of autonomy beyond the limits imposed by parents and guardians. On the other hand, we cannot fail to recognize new threats to autonomy and citizens' agency capacity in interactions in these new digital public spaces. The regulation of privacy as a condition of agency capacity, related to ways to become accessible to others and society, does not seem a trivial exercise: in addition to challenging adolescents to find their own alternatives, this also requires digital literacy and critical consciousness on the part of those we call "digital natives." Between the desire for openness in order to escape from social invisibility and the willingness to encrypt exposure in order to control contexts and audiences, digital technologies provide constraints and opportunities for multiple combinations that deserve to be qualitatively observed, especially the ways they appear in the reality of adolescents themselves. This review shows that, no matter how creative the social strategies created by adolescents are, they need to be connected to education directed to the critical appropriation of digital media, reconciling technical, social and political skills. When integrated, these skills may favor a context in which adolescents are agents as citizens, not just as consumers, engaged in building a positive environment for themselves and their peers, with self-protection capacity and provision of innovative initiatives to protect their freedom in the digital world.

REFERENCES

- ACQUISTI, A.; BRANDIMARTE, L.; LOEWENSTEIN, G. "Privacy and human behavior in the age of information". *Science*, v. 347, p. 509-514, Jan 30. 2015.
- ALTMAN, I.; VINSEL, A.; BROWN, B. B. "Dialectic Conceptions in Social Psychology: An Application to Social Penetration and Privacy Regulation". *Advances in Experimental Social Psychology*, v. 14. p. 107-160, 1981.
- BAKARDJIEVA, M. "The Internet in Everyday Life: Exploring the Tenets and Contributions of Diverse Approaches". In. CONSALVO, M.; ESS, C. (org.). *The Handbook of Internet Studies*. Wiley-Blackwell, 2011, p. 59-82.
- BARBOSA, A.; O'NEILL, B.; PONTE, C.; SIMÕES, J. A.; JEREISSATI, T. *Risks and safety on the internet: comparing Brazilian and European children*. London: EU Kids Online, 2013. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/54801/>>. Accessed on: Oct 28, 2015.
- BARNES, S. B. "A privacy paradox: Social networking in the United States". *First Monday*, v. 11, n. 9, 2006.
- BAYM, N. K. *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press, 2010.
- BOYD, D. "Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications". In. PAPACHARISSI, Z. (org.). *A networked self: identity, community and culture on social network sites*. New York: Routledge, 2011, p. 39-58.
- BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet Use of Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015. Available at: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: Mar 6, 2016.
- BUCHER, T. "Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook". *New Media & Society*, p. 1-17, 2012.
- BURGOON, J. K. "Privacy and communication". In. Burgoon, M. (org.). *Communication Yearbook 6*. Beverly Hills: Sage Publications, 1982, p. 206-249.
- CHILD, J. T.; PEARSON, J. C.; PETRONIO, S. "Blogging, communication, and privacy management: Development of the Blogging Privacy Management Measure". *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, v. 60, n. 10, p. 2079-2094, 2009.
- COOLEY, C. H. *Human Nature and the Social Order*. New York: Transaction, 1992.
- DAS, S.; KRAMER, A. "Self-Censorship on Facebook". In: SEVENTH INTERNATIONAL AAAI CONFERENCE ON BLOGS AND SOCIAL MEDIA, 2013. Available at: <<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM13/paper/view/6093>>. Accessed on: Mar 10, 2015.
- DERLEGA, V. J.; CHAIKIN, A. L. "Privacy and Self-Disclosure in Social Relationships". *Journal of Social Issues*, v. 33, n. 3, p. 102-115, 1977.
- DIAKOPOULOS, N. "Algorithmic Accountability". *Digital Journalism*, v. 3, n. 3, p. 398-415, 2015.
- DIENLIN, T.; TREPTE, S. "Is the privacy paradox a relic of the past? An in-depth analysis of privacy attitudes and privacy behaviors". *European Journal of Social Psychology*, v. 45, n. 3, p. 285-297, 2015.
- DONEDA, D. *Da privacidade à proteção de dados pessoais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

ELLISON, N. B.; VITAK, J.; GRAY, R.; LAMPE, C. "Cultivating Social Resources on Social Network Sites: Facebook Relationship Maintenance Behaviors and Their Role in Social Capital Processes". *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 19, n. 4, p. 855-870, 2014.

GEORGALOU, M. "'I Make the Rules on my Wall': Privacy and identity management practices on Facebook". *Discourse & Communication*, p. 1-25, 2015.

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

GILLESPIE, T. "The Relevance of Algorithms". In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (org.). *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. The MIT Press, 2014, p. 167-194. Available at: <<http://migre.me/tyDdo>>. Accessed on: Mar 20, 2016.

ITO, M.; OKABE, D. "Intimate Connections: Contextualizing Japanese youth and mobile messaging". In: HARPER, R.; PALEN, L.; TAYLOR, A. (org.). *The Inside Text: social, cultural and design perspectives on SMS*. Dordrecht: Springer Netherlands, 2005. p. 127-145.

JOURARD, S. "Some Psychological Aspects of Privacy". *Law and Contemporary Problems*, v. 31, n. 2, p. 307-318, 1966.

LAMPINEN, A. *Networked Privacy Beyond the Individual: Four Perspectives to 'Sharing'*. IN: 5TH DECENNIAL AARHUS CONFERENCE ON CRITICAL ALTERNATIVES, 2015, Denmark. Available at: <<http://dx.doi.org/10.7146/aahcc.v1i1.21300>>. Accessed on: Mar 5, 2016.

LEE, A.; COOK, P. S. "The conditions of exposure and immediacy: Internet surveillance and Generation Y". *Journal of Sociology*, v. 51, n. 3, p. 674-688, 2015.

LÜDERS, M. "Why and How Online Sociability Became Part and Parcel of Teenage Life". In: CONSALVO, M.; ESS, C. (org.). *The Handbook of Internet Studies*. Wiley-Blackwell, 2011, p. 452-469.

MARGULIS, S. T. "Conceptions of Privacy: Current Status and Next Steps". *Journal of Social Issues*, v. 33, n. 3, p. 5-21, 1977.

MARWICK, A. E.; BOYD, D. "Networked Privacy: How Teenagers Negotiate Context in Social Media". *New Media & Society*, p. 1-17, 2014.

MEAD, G. H. *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press, 1972.

NISSENBAUM, H. F. *Privacy in context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life*. Stanford: Stanford Law Books, 2010.

PETRONIO, S. S. *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. Albany: State University of New York Press, 2002.

SCHAFFER, A. Privacy: "A Philosophical Overview. Aspects of Privacy Law", 1980. Reprinted in: Reader on Legal Theory, Captus University Publications, York University, Toronto, 1993.

SHKLOVSKI, I.; BARKHUUS, L.; BORNOE, N. ; KAYE, J. J. "Friendship Maintenance in the Digital Age: Applying a Relational Lens to Online Social Interaction". In: 18th ACM CONFERENCE ON COMPUTER SUPPORTED COOPERATIVE WORK & SOCIAL COMPUTING, 2015. Available at: <<http://doi.acm.org/10.1145/2675133.2675294>>. Accessed on: Mar 9, 2015.

SLEEPER, M.; BALEBAKO, R.; DAS, S.; MCCONAHY, A. L.; WIESE, J.; CRANOR, L. F. "The Post That Wasn't: Exploring Self-censorship on Facebook". In: 2013 CONFERENCE ON COMPUTER SUPPORTED COOPERATIVE WORK, 2013. Available at: <<http://doi.acm.org/10.1145/2441776.2441865>>. Accessed on: Mar 10, 2015

SOLOVE, D. J. *A Taxonomy of Privacy*. SSRN Scholarly Paper, no ID 667622. Rochester: Social Science Research Network, 2005. Available at: <<http://papers.ssrn.com/abstract=667622>>. Accessed on: Apr 26, 2015.

SUBRAHMANYAM, K.; ŠMAHEL, D. "Constructing Identity Online: Identity Exploration and Self-Presentation". In. *Digital Youth: The Role of Media in Development*. New York: Springer, 2011, p. 59-80.

TADDICKEN, M. "Privacy, Surveillance, and Self-Disclosure in the Social Web: Exploring the User's Perspective via Focus Groups". In. FUCHS, C.; BOERSMA, K.; ALBRECHTSLUND, A.; SANDOVAL, M. *Internet and surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*. New York: Routledge, 2012. p. 255-272.

TREPTE, S.; DIENLIN, T.; REINECKE, L. "Risky behaviors: How online experiences influence privacy behaviors". In. STARK, B.; QUIRING, O.; JACKOB, N. (org.). *Von der Gutenberg-Glaxis zur Google-Galaxis: alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGpuK*. Konstanz: UVK, 2014, p. 225-244.

VEDDER, A. "Privacy 3.0". In. HOF, S. V. D.; GROOTHUIS, M. M. (org.). *Innovating Government: Information Technology and Law Series*. [S.l.]: T. M. C. Asser Press, 2011. p. 17-28. Available at: <http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-90-6704-731-9_2>. Accessed on: Jan 16, 2016.

VITAK, J. "Balancing Privacy Concerns and Impression Management Strategies on Facebook". In: SYMPOSIUM ON USABLE PRIVACY AND SECURITY, 2015, Ottawa, Canada. Available at: <<http://migre.me/tyDfs>>. Accessed on: Jan 10, 2016

ZIEWITZ, M. "Governing Algorithms Myth, Mess, and Methods". *Science, Technology & Human Values*, v. 41, n. 1, p. 3-16, 2016.

YOUNG YOUTUBERS: ARTISTIC EXPRESSION OR CHILD LABOR?

Thaís Dantas¹ and Renato Godoy²

INTRODUCTION: GROWING INTERNET USE AMONG CHILDREN IN BRAZIL

It is well-known that Internet access and use in Brazil has become massive: According to the Brazilian Media Study in 2015, 48% of Brazilians used the Internet and, of these, 37% used it on a daily basis. The amount of time online was also considerable: On average, users were connected 4 hours and 59 minutes a day during the week, exceeding the amount of time spent watching television (SECOM, 2015).

This scenario is similar when it comes to children, whose Internet use is growing in Brazil. According to the ICT Kids Online Brazil survey, frequency of Internet use increases with age: 64% of children aged 9 to 10 years, 78% of children aged 11 to 12 years, 86% of children aged 13 to 14 years, and 87% of adolescents aged 15 to 17 years used the Internet every day or almost every day (CGI.br, 2015).

It is also important to note that children are accessing the Internet for the first time at increasingly younger ages: 36% of children aged 9 to 10 reported using the Internet for the first time when they were learning to read and write, i.e., around 6 or 7 years old. This is a very different reality from that of adolescents aged 15 to 17, among whom only 6% first used the Internet when they were still learning to read and write (CGI.br, 2015).

¹ Graduated from the Faculty of Law of the University of São Paulo (FD-USP) and is currently a lawyer for the Absolute Priority project of the Alana Institute, created to highlight and contribute to the efficacy of Article 227 of the Federal Constitution – which requires making children a top priority in the plans and concerns of the nation. This project seeks to provide support tools and content for informing, raising awareness and mobilizing people, especially those working in the field of law, so that they will be defenders and advocates of the rights of children in their communities.

² Graduated in journalism from Cásper Líbero College and in social sciences from the Department of Philosophy, Languages and Literature and Human Sciences of the University of São Paulo (FFLCH-USP) and is currently a researcher for the Children and Consumption project of the Alana Institute, whose purpose is to disseminate and discuss issues related to children's rights from the perspective of consumption and in light of the consumerism to which they are exposed, as well as recommend measures to minimize and prevent harm from marketing communications aimed at children. In 2016, the project celebrated its tenth anniversary.

Once they start accessing the Internet, children engage in various online activities, including: visiting social networking sites (73%); doing research for schoolwork (68%); looking up information (67%); using instant messaging to talk with friends (64%); listening to music (50%); watching video clips (48%); and downloading applications for free or without paying (41%), among other activities (CGI.br, 2015).

A category that has been increasingly attracting children is videos, which drew around 3.1 million users aged 2 to 17 years, a figure that rose 46% in relation to 2011 (IBOPE, 2013). Videos were accessed on the Internet by 42% of girls and 54% of boys aged 9 to 17 years and, of these, 48% accessed such content daily (CGI.br, 2014).

Finally, it is important to bear in mind that children, besides being major consumers of online audiovisual materials, are also capable of producing content. In this regard, the phenomenon of young YouTubers is worth special attention.

THE PHENOMENON OF YOUNG YOUTUBERS: CHILDREN AS PRODUCERS OF CONTENT

Generally speaking, young YouTubers are children who post videos on the Internet³ on different subjects of interest to a child or teen audience, which are being viewed by a growing number of followers across Brazil. As a rule, they have YouTube channels and profiles on different social networks. These YouTubers are very well-known. The ten most-sought children on YouTube have nearly 1 million people registered on their channels with videos that have around 2 million views (FSP 2015).

In this sense, a recent study on the online behavior of children also found that, among the 100 most-viewed channels on YouTube Brazil, 36 had content targeting children or were consumed by zero- to 12-year-olds, already totaling more than 17 billion views (ESPM Media Lab, 2015).

Thus, online video viewing is growing considerably, with children increasingly idolizing YouTubers. In many cases, the examples become so powerful that audiences who access these channels want to create their own channels; they desire to achieve the same fame and success as that enjoyed by those who have become celebrities.

³ It is worth noting that YouTube, in its Terms of Service, informs that the platform is not recommended for children under 18 years old and that it is necessary for parents or a responsible adult to mediate and assist children in using the site. In this respect, since there are so many young YouTubers, it is worth asking: Are parents and guardians properly supervising the children, or are children hiding their age?

Precisely because of the immense exposure these young YouTubers receive and the strong influence they have over children, many enterprises have started sending their products to these children, so they can publicize them on their channels, videos and social networks. Hence, enterprises replicate with children a strategy already employed with adult YouTubers⁴, who create trends among their viewers.

However, it must be taken into account that children are undergoing particular stages of development. Thus, certain limitations need to be mentioned, as will be shown below.

YOUNG YOUTUBERS AS SALES PROMOTERS

Enterprises sending products to YouTubers represent a variety of segments, such as clothing, school supplies, food, entertainment, cosmetics, and toys, which indicates that this practice is being widely used by advertisers to attract children. In terms of videos aimed at promoting products, two techniques stand out: unboxing and unwrapping.

It [the practice of unboxing or unwrapping] features children themselves as producers of this content, as well as consumers. The advert consists of YouTube videos in which the hands of children (or adults) unwrap objects, particularly toys, along with narration. By presenting and unveiling the objects, this technique has the power to create desire in children, as well as affect the way they play – dictating rules, and thereby contributing to reducing their imaginative ability (FONTENELE, 2015).

Many young YouTubers have started creating specific videos to present the samples received by enterprises, producing thematic episodes, usually entitled “Received” or “Accumulated,” in which they periodically show and publicize all the products they have received⁵.

Another clear indication of the connection between young YouTubers and enterprises is the so-called “get-togethers”: meetings of young stars with their audiences, which are sponsored by enterprises and attract thousands of children who seek autographs and photo opportunities. The first “get-together” of young YouTubers, held in São Paulo at the beginning of 2015, was organized by the enterprises Foroni, Long Jump and Ri Happy⁶. Since then, other similar events have taken place around the country. Therefore, many young YouTubers have been used as sales promoters, in that they advertise the products they receive. By using this type of marketing communication strategy, enterprises tap into the enormous influence of these young celebrities, who reach large captive audiences.

⁴ YouTubers from different segments are currently responsible for publicizing a large range of products: beauty, fitness, games and fashion, for example.

⁵ An example is the young YouTuber Julia Silva, who makes specific monthly videos about the products she receives. Available at: <https://www.youtube.com/results?search_query=julia+silva+recebidos+do+mes>. Accessed on: Apr 18, 2016.

⁶ Event publicized on a Facebook page. Available at: <<https://www.facebook.com/Encontrodeyoutubersmirins/>>. Accessed on: Feb 23, 2016.

Another point worth noting is the extreme vulnerability of children to the inducements of consumption, due to the particular stage of development in which they find themselves⁷.

Children's desires still tend to be fleeting and mutually unrelated, such that they do not constitute true goals. Therefore, children are more likely than adolescents and adults to be seduced by the prospect of acquiring objects and services presented to them through advertising. (LA TAILLE, 2008).

In response to the enormous susceptibility of children to advertising aimed at them, and the various ways it can impair child development, the Brazilian legal system prohibits the targeting of marketing communications to children, as confirmed by a systematic reading of the Federal Constitution (Article 227), the Child and Adolescent Statute (Articles 4, 5, 6 and 17), Consumer Protection Code (Articles 36, 37 and 39) and Resolution 163 of the National Council for the Rights of Children and Adolescents (CONANDA). Therefore, the case of children's advertising through young YouTubers is a clear violation of the rights of children.

Nevertheless, another, more nebulous issue needs to be problematized: the impact of video production on the routines of children and whether this could be characterized as child labor in artistic activities. Production and broadcasting of videos on Internet channels often starts out as a game. However, with time, this activity assumes a predominant place in children's routines, since it requires a calendar of commitments, regular posting frequency, an obligation to publicize the products received, and other responsibilities.

Precisely because the routines of these children, as well as their healthy development, are at stake, the final part of this article seeks to establish criteria for identifying when the activities carried out by young YouTubers would constitute child labor in artistic activities and what limits and assurances must be observed so that the rights of these children are respected.

⁷ Studies indicate that children can only identify entertainment content advertising at around 8-10 years old, and only after age 12 are all children able to understand the persuasive nature of advertising and critically analyze the commercial message (BJURSTRÖM, 1994).

YOUNG YOUTUBERS AND CHILD LABOR IN ARTISTIC ACTIVITIES

Article 7, Paragraph 33⁸ of the Constitution establishes the “prohibition of night, dangerous, or unhealthy work for minors under 18 years of age, and of any work for minors under 16 years of age, except as an apprentice, for minors above 14 years of age.” Nevertheless, one exemption to child labor is authorized by the Brazilian legal system: child labor in artistic activities.

This permission is based on the guarantee of free artistic expression, also ensured constitutionally in Article 5, Paragraph 9⁹. By this right, the Constitution guarantees all persons, without distinction of any kind, the free “expression of intellectual, artistic, scientific, and communications activities”.

This provision, along Convention No. 138 and Recommendation No. 146 of the World Trade Organization (WTO)¹⁰ – ratified by Brazil through Decree No. 4134 of 2002 – authorize child labor when its purpose is the participation of children in artistic representations, so as to make the constitutional provisions prohibiting child labor consistent with free artistic expression.

In light of this legal scenario, an analysis of the case of young YouTubers must consider two main points: recognition of online video production as an art form and the possibility that this activity may be characterized as labor. Protected under freedom of expression, artistic freedom can be identified by the activities of creation, production and dissemination of expressions and works of art (SILVA, 2009), where there are no strict criteria for their legal recognition.

Interest in the video segment is growing among children, who not only access such content, but also produce it. Within the scope of these videos, it is common for children to express themselves in a variety of ways: acting as presenters, singing, telling jokes, cooking, or advertising products, among other activities. Thus, it can be concluded that all these types of expression, as well as simple video production, can be recognized as expressions of artistic freedom of the children who star in activities, especially given the recognition of the Internet as an effective means for people to communicate and express themselves.

⁸ Article 7, Federal Constitution. “The following are rights of urban and rural workers, among others that aim to improve their social conditions: XXXIII – prohibition of night, dangerous, or unhealthy work for minors under eighteen years of age, and of any work for minors under sixteen years of age, except as an apprentice, for minors above fourteen years of age”.

⁹ Article 5, Federal Constitution. “All persons are equal before the law, without any distinction whatsoever, Brazilians and foreigners residing in the country being ensured of inviolability of the right to life, to liberty, to equality, to security and to property, on the following terms: the expression of intellectual, artistic, scientific, and communications activities is free, independently of censorship or license”

¹⁰ Article 8 of the Convention states: “1. After consultation with the organizations of employers and workers concerned, where such exist, the competent authority may, by permits granted in individual cases, allow exceptions to the prohibition of employment or work provided for in Article 2 of this Convention, for such purposes as participation in artistic performances. 2. Permits so granted shall limit the number of hours during which and prescribe the conditions in which employment or work is allowed.”

Given this recognition of the artistic nature of the activity, it is then necessary to reflect on the possibility that the videos produced by young YouTubers constitute child labor. The concept of employment relationships¹¹ is quite broad and is primarily premised on the presence of workers.

A working relationship corresponds to a stipulated legal relationship, express or implied, between a worker and an individual or legal entity, which remunerates the former for services provided. It binds two people, where the party subject to the obligation must be an individual, in relation to whom the contracting party has the subjective right to require the work that was agreed on (PINTO apud SÜSSEKIND, 2009).

Thus, child labor in artistic activities corresponds to situations where children work professionally in artistic activities for another person or legal entity and from whom they receive financial compensation. Examples of this would be professional acting, singing or circus shows, among quite a few others. It should also be noted that a contract must exist for the employment relationship to be recognized, since in labor law the principle of the primacy of reality prevails, in which the factual situation overrides formalities. In this aspect, such a principle:

applies to cases where the reality is not consistent with forms, formalities or appearances: 'As far as work, what counts is what happens in practice, more than what the parties agreed more or less officially, or what appears in documents, forms and instruments of control'. In other words, facts take precedence over forms (RODRIGUEZ apud FELICIANO, 2006).

Therefore, the videos produced by young YouTubers, regardless of whether there are contracts, may be characterized as activities occurring within the context of employment relationships in which children advertise specific products or brands in their videos, at the request of enterprises, in which case they are acting as sales promoters.

In the cases presented in this article, there are signs that may indicate the existence of employment relationships in the case of young YouTubers, given that certain enterprises send products to children so they will publicize them on their channels, in addition to promoting and sponsoring meetings between these young celebrities and their audience. Such cases should be investigated and, if child labor exists, the limits and assurances must be observed, such as prior judicial authorization and the establishment of conditions for carrying out the work.

¹¹ It is worth noting that a work relationship is a genre which should not be confused with an employment relationship, which is a kind. For an employment relationship to fit within the terms of Brazilian Labor Laws (CLT), five requirements must be met: (i) the activity must be performed by an individual, (ii) with personhood, (iii) with subordination to an employer, (iv) with activities not performed on a temporary basis, and (v) for which remuneration must be received.

Permits should take into account the particular nature of the work being performed, tailoring it to the daily lives of the young actors, in order not to harm their development. It is important to remember the special situation of young people who are developing, which requires individualized analysis of each case. There should be a limit on the number of days and hours of recording which, if not respected, would result in penalties for the contracting parties (MACIEL, 2015).

Compliance with these requirements is essential, so that the work does not constitute a violation of the rights of children or jeopardize their development.

CONCLUSIONS

The present article started off by addressing the growing interest of children in online videos – a context which gives rise to young YouTubers.

The legal regulations regarding child labor were presented and, from there, the issue of the activities of young YouTubers was posed, reflecting on whether there is a labor relationship with advertising enterprises. It was concluded that such cases should be investigated to ensure that the rights of children are being respected.

This said, one must bear in mind that child labor is prohibited as a general rule, but there is an exception for children working in artistic activities. Thus, any type of artistic work by children requires previous judicial authorization, which must consider the particular nature of the work and its impact on the routines of these children, establishing criteria such as days worked, hourly limits and monitoring by professionals, among others, to ensure children's best interests. Failure to comply with these conditions and assurances can cause irreparable harm children's development. Therefore, it is worth mentioning that:

The use of child labor was banned because it was found that early work endangers education and affects the child's overall physical and psychological development. This is due to the competition that sets in between work and school, sports and leisure activities, essential for the individual's healthy formation (leading to decreased time available to play, socialize with family members and the community and dedicate themselves sufficiently to educational activities inside and outside school hours). Studies have also identified potential harm: impaired biopsychosocial development, falling behind or even dropping out of school, inability to engage in extracurricular activities, possibility of sleep disorders, and increased risk of occupational diseases and accidents (CAVALCANTE, 2013).

Overall, it is worth recalling that, constitutionally, children are the nation's utmost priority, according to Article 227¹², which ensures that their rights are upheld above all, with this responsibility being shared between the State, the family and society.

Accordingly, it is unacceptable to use the manpower of children in a manner contrary to the law. Nebulous cases, such as young YouTubers who engage in advertising in their videos, must be clarified and stay within the legal limits. Finally, it is important to bear in mind the benefits and risks children face when interacting with the Internet, in order to map out strategies to ensure that access to digital media is educational and safe and, above all, that it is an environment that promotes – and not violates – children's rights.

REFERENCES

BJURSTÖRM, 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 INSTITUTE OF PUBLIC OPINION AND STATISTICS – IBOPE. *Crianças e jovens estimulam aumento do consumo de vídeos online no Brasil*. Available at: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/criancas-e-jovens-estimulam-aumento-do-consumo-de-videos-online-no-brasil/co.pdf>>. Accessed on: Feb 15, 2016.

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015. Available at: <http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: Apr 2, 2016.

CAVALCANTE, S. R. *Trabalho Infantil Artístico: Conveniência, Legalidade e Limites*. Brasília: Revista do Tribunal Superior do Trabalho, 2013. Available at: <http://aplicacao.tst.jus.br/dspace/bitstream/handle/1939/38639/014_cavalcante.pdf?sequence=1>. Accessed on: Apr 11, 2016.

FELICIANO, G. G. *Dos princípios do direito do trabalho no mundo contemporâneo*. São Paulo: Revista do Tribunal Regional do Trabalho da 15ª região, 2006.

FOLHA DE S. PAULO – FSP. *10 'youtubers mirins' que você precisa conhecer*. Available at: <<http://www1.folha.uol.com.br/asm/2015/08/1662956-10-youtubers-mirins-que-voce-precisa-conhecer.shtml>>. Accessed on: Mar 25, 2016.

FONTENELLE, L. *A onipresente publicidade infantil na internet*. Available at: <<http://outraspalavras.net/brasil/a-onipresente-publicidade-infantil-na-internet/>>. Accessed on: Mar 8, 2016.

LA TAILLE, 2008. *Contribuição da Psicologia para o fim da publicidade dirigida à criança*. Brasília: Federal Council of Psychology, 2015, p. 20. Available at: <http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2008/10/cartilha_publicidade_infantil.pdf>. Accessed on: Apr 17, 2016.

MACIEL, K. R. F. L. A. *Curso de Direito da Criança e do Adolescente – Aspectos Teóricos e Práticos*. São Paulo: Editora Saraiva, 2015.

¹² Article 227, Federal Constitution. "It is the duty of the family, the society and the state to ensure children, with absolute priority, the right to life, health, nourishment, education, leisure, professional training, culture, dignity, respect, freedom and family and community life, as well as to guard them from all forms of negligence, discrimination, exploitation, violence, cruelty and oppression."

SÃO PAULO SCHOOL OF ADVERTISING AND MARKETING – ESPM. *Famílias e Tecnologia*. ESPM Media Lab. Luciana Corrêa. São Paulo: ESPM 2015. Available at: <<http://pesquisasmedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/>>. Accessed on: Mar 19, 2016.

SECRETARIAT FOR SOCIAL COMMUNICATION OF THE OFFICE OF THE PRESIDENCY OF BRAZIL – SECOM. *Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Available at: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Accessed on: Jan 8, 2016.

SILVA, J. A. N. “A Liberdade de Expressão Artística”. São Paulo: ANNALS OF THE 18th CONPEDI NATIONAL CONFERENCE, 2009. p. 3195. Available at: <http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/sao_paulo/2281.pdf>. Accessed on: Apr 18, 2016.

SÜSSEKIND, A. *Da relação de trabalho*. Rio de Janeiro: Revista do TRT/EMATRA, 2009, p. 1. Available at: <http://portal2.trtrio.gov.br:7777/pls/portal/docs/PAGE/GRPPORTALTRT/PAGINAPRINCIPAL/JURISPRUDENCIA_NOVA/REVISTAS%20TRT-RJ/REVISTA%20DO%20TRT-ESCOLA%20JUDICIAL%20N%2046/DA%20RELA%C3%87%C3%83O%20DE%20TRABALHO.PDF>. Accessed on: Apr 15, 2016.

“PEOPLE WHO ONLY USE THE INTERNET TO SCOLD OTHERS”: THINGS THAT UPSET BRAZILIAN CHILDREN ON THE INTERNET

Jéssica Castro¹, Zena Eisenberg², Rosalia Duarte³ and Cristina Carvalho⁴

INTRODUCTION

Access to information and communication technologies (ICT) has expanded both in Brazil and in the rest of the world over the past two decades. According to the ICT Households survey (CGI.br, 2015), in 2014, 92% of Brazilian households had at least one mobile phone, and around 50% of households had computers. The Internet mediates communication and, consequently, social relationships, and has become increasingly essential in economic, political, cultural and educational activities.

Children increasingly benefit from the opportunities that access to the Internet provides, but they are also subjected to unpleasant experiences that cause discomfort or distress. These experiences are the central research topic underlying this article. The data from the ICT Kids Online Brazil 2012 survey (CGI.br, 2013) – the first year of the ongoing series – were carefully examined to understand what upsets or bothers younger Internet users, based on an analysis of the responses to the open question “What upsets or bothers children your age on the Internet?” The present analysis was based on the 2012 dataset in order to compare the results from the different editions and to identify continuities and/or changes in the risk perceptions of these users and associate them with factors that could influence such perceptions. The present article presents some of the findings from the analyses.

¹ Master’s degree in education from the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC-Rio), participant in the Human Development and Education Study Group (Grudhe) of PUC-Rio.

² PhD in the psychology of human development from City University of New York (2006). Professor in the Department of Education of PUC-Rio, where she coordinates Grudhe. Has experience in the areas of psychology and education, with a special interest in thought and language development.

³ PhD in education from PUC-Rio (2000). Professor in the Department of Education of PUC-Rio, where she coordinates the Education and Media Study Group (GPEM). Performs research in the area of education and media, on the following main subjects: cinema, digital media, television, children and media, youth and media and audiovisual culture.

⁴ PhD in education from PUC-Rio (2005). Professor in the Department of Education of PUC-Rio, where she coordinates the Education, Museum, Culture and Childhood Study Group (GPEMCI). Performs research in the area of education, with an emphasis on nonformal education, museums, culture, children’s education and teacher training.

METHODOLOGY

A total of 1,580 children aged 9 to 16 answered to the open-ended question in the questionnaire. These responses were separated from responses to close-ended questions, inserted into ATLAS.ti⁵ software, and subjected to content analysis (BARDIN, 2011; FRANCO, 2008). In the first stage, a consensus was reached regarding the content identified in each response, and 62 analytical-descriptive codes were created to categorize what upsets or bothers children aged 9 to 16 on the Internet.

A code standardization protocol was established: after the analysis of one-third of the responses, a code manual was created, which served as the basis for codification of the responses. In the next stage, the codes were grouped into six exclusive families⁶ to which the responses were assigned, following the criteria for choosing which family best represented the responses. Each response could be assigned more than one codes.

The code families adopted throughout the present paper were established by Livingstone et al (2014) in their analyses, thus enabling a dialogue between the results of both studies. In addition, codes and families already created by the authors were used. The code families can be classified as follows:

- 1) *Content-related risks*⁷ – composed of codes that represent impactful content for participants;
- 2) *Conduct-related risks*⁸ – composed of codes corresponding to disrespect or inappropriateness;
- 3) *Sexual-related content* – perception of sexual content (for example, ‘naked women’, ‘nudity’);
- 4) *Technology-related risks* – codes that indicate discomfort due to improper use of the digital technologies;
- 5) *Contact-related risks*⁹ – complaints about strangers who insist on making contact or harassment;
- 6) *Violence-related content* – scenes, texts or videos containing violence.

⁵ Atlas.ti is qualitative analysis software from Scientific Software Development. Version 6.2 was used in the present analysis.

⁶ The term “family” was adopted, in line with the terminology used by Atlas.ti. Families are considered categories for grouping codes that are similar or have the same nature. For example, the ‘violence-related risk’ family includes codes such as physical aggression, murder, death and others.

⁷ Livingstone et al (2014).

⁸ Livingstone et al (2014).

⁹ Livingstone et al (2014).

Table 1 shows the distribution of the code families used in the present analysis.

TABLE 1
DISTRIBUTION OF THE CODE FAMILIES¹⁰

Code No.	Content-related risks	Conduct-related risks	Sexual-related content	Technology-related risks	Contact-related risks	Violence-related content
1	Abortion	Abuse on social networks	Homosexuality	Lack of safety	Sexual abuse	Physical aggression
2	Accidents	Verbal aggression	Immorality	Sharing the computer	Unknown friend	Murder
3	Weapons	Threats	Nudity	Staying offline	Harassment	Hurting someone
4	Strong scenes	Nicknames	Pornography	Technical problems	Ill-intentioned fake profile	Cruelty to animals
5	Drugs	Fights	Prostitution	Spam	Pedophilia	Mistreatment
6	Exorcism	Family fights	Sex	Virus		Death
7	Inappropriate	Bullying				Blood
8	Scary games	Blackmail				Terrorism
9	Fear	Disrespect				Violence
10	Negative news	Exposure				Violence against children
11	Prejudice	Gossip				
12	Ads	Hackers				
13	Sacrifice	False information				
14	Kidnapping	Invasion of privacy				
15	Suicide	Swear words				
16	Gore	Loss of social profile				
17		Loss of personal files				
18		Child pornography				
19		Cursing one's mother				

¹⁰ Examples of the codes that will be discussed in the text are found in the "Appendix" section.

RESULTS

Of the 1,580 children who participated in the survey, 12% responded “nothing” and 20% did not answer the question. Thus, 1,071 responses (68%) were considered valid answers for the present analysis.

Chart 1 presents the distribution of the responses by code families, indicating that conduct-related risks, i.e., how Internet users behave online, disturbed children aged 9 to 16 the most on the Web. Content risks ranked second, whereas the family with the lowest number of mentions regarded technology-related risks, which may suggest low perception of increasingly present risks on the Internet.

CHART 1
DISTRIBUTION OF THE RESPONSES, BY CODE FAMILIES (%)

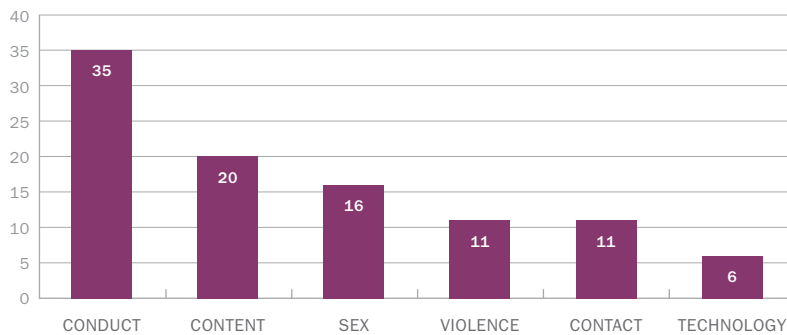


Table 2 shows the five most frequent codes among the responses: the most cited was pornography, followed by verbal aggression.

TABLE 2
FIVE MOST FREQUENT CODES

Codes	Freq.	% of total codes
Pornography	181	10%
Verbal aggression	161	9%
Inappropriateness	124	7%
Violence	107	6%
Unknown friend	100	5%

N=1,873

CONDUCT-RELATED RISKS

Table 3 shows that the conduct-related risk family had the largest number of categorized responses. Verbal aggression was the most cited code, followed by invasion of privacy.

TABLE 3
MOST FREQUENT CODES IN THE CONDUCT-RELATED RISKS

Family – Conduct-related risks	N	%
Verbal aggression	161	26%
Invasion of privacy	75	12%

N= 611

CONTENT-RELATED RISKS

Throughout the analysis of content-related risks, it was possible noticing a common thread in discussions of the relationship of children with the media: inappropriate content (content that is not allowed for their age) bothered them the most. In this context, over the last ten years, the Advisory Rating Coordination of the Department of Justice, of the Ministry of Justice, has been issuing ratings for TV programs, films, games, shows, etc. Children are provided with the icons of this classification system, which are required at the beginning of TV programs. This is probably a topic that arises in parental mediation.

Among the cited topics, pornography was the most common concern for children. This may be related to the large volume of pornographic material available online. However, it should be noted that concern with the topic is prevalent in public discussions on the use of Internet by children, as well as in domestic discussions. This suggests that the responses associated with the topic may reflect adult discussions on online risks.

Data analysis pointed out that, within the content-related risk family, the most cited codes were inappropriate content (30%) and scary content (22%), which together accounted for over 50% of the codes distributed in this family.

SEXUAL-RELATED CONTENT

In the sexual-related content family, the most frequent code was pornography, corresponding to 59% of the codes of this family – more than double the second most cited code, sex (23%).

VIOLENCE-RELATED CONTENT

In the violence-related content family, responses coded as violence corresponded to 46% of the codes, followed by death (22%).

CONTACT-RELATED RISKS

In the contact-related risk family, 46% of the responses were assigned the code unknown friends, indicating that contact with strangers bothered the children surveyed, followed by harassment, with 21% of the codes.

TECHNOLOGY-RELATED RISKS

In the technology risk family, viruses were the technology-related risk that most disturbed the respondents, with 57% of the responses assigned with this code. Viruses were followed by 'technical problems', with 19% of the responses in the family.

RISK FAMILIES: ICT KIDS ONLINE BRAZIL AND EU KIDS ONLINE

Livingstone et al (2014) analysed the responses of 25,142 children who participated in the EU Kids Online project. The results showed that more than one-half (55%) of the risks mentioned by European children were related to content, 19% to conduct, 14% to contact and 11% to other risks. Among the content risks, the most prevalent concerned pornography (21%), followed by violence (18%).

AGE DIFFERENCES

Age is an important variable when examining the relationship of children with the Internet. Throughout the analysis of responses by age groups, it is possible noting that although the topics did not vary much between age groups, there was a difference in their prevalence, as shown in Table 4.

Pornography, for example, prevails more among older age groups. Verbal aggression, in turn, is more important among younger age groups, but is among the most cited topics in the older groups. Older children are probably more concerned about the presence of pornographic content because they have more access to it.

TABLE 4
PREVALANCE OF CODES, BY AGE

	1 st place	2 nd place	3 rd place	4 th place	5 th place
9 years old	Verbal aggression	Scary content	Violence	Pornography	Fights
10 years old	Scary content	Inappropriate content	Pornography	Verbal aggression	Violence
11 years old	Verbal aggression	Scary content	Pornography	Death	Unknown friend
12 years old	Verbal aggression	Pornography	Unknown friend	Inappropriate content	Scary content
13 years old	Pornography	Verbal aggression	Unknown friend	Inappropriate content	Bullying
14 years old	Pornography	Inappropriate content	Verbal aggression	Violence	Invasion of privacy
15 years old	Pornography	Verbal aggression	Inappropriate content	Violence	Hackers
16 years old	Pornography	Verbal aggression	Invasion of privacy	Sex	Violence

Among younger respondents, aged 9 to 12, scary things were the main issues. This result coincides with data obtained by Livingstone et al (2014) and Santos (2011), which also found that younger children were afraid of scary things.

GENDER DIFFERENCES

BOYS

Table 5 shows the most prevalent codes among boys.

TABLE 5
DISTRIBUTION OF THE THREE MAIN CODES MENTIONED BY BOYS, BY AGE GROUP

Boys	1 st place	2 nd place	3 rd place
9 years old	Scary content	Pornography	Fights
10 years old	Scary content	Fights	Violence
11 years old	Verbal aggression	Death	Scary content
12 years old	Pornography	Verbal aggression	Scary content
13 years old	Pornography	Verbal aggression	Unknown friend
14 years old	Verbal aggression	Pornography	Violence
15 years old	Pornography	Inappropriate content	Violence
16 years old	Pornography	Invasion of privacy	Violence

Boys up to 12 years old expressed concern about scary content and fight-related content. Above this age, pornography prevails over verbal aggression and violence (except among 14-year-old boys). When considering the proximity between these two topics, it can be inferred that boys are exposed to significant amounts of violent behavior and content when online. Concern with content related to invasion of privacy is only cited by 16-year-olds, which suggests that younger boys are probably less prepared to perceive such a serious and recurring problem on the Web.

GIRLS

Throughout data analysis, three topics predominated among girls: verbal aggression, inappropriate content and pornography. Age-inappropriate content was a concern only among 15-year-old boys, but is also relevant for girls between 10 and 15 years old. This suggests that girls are probably more targeted by moral discourse than boys. At all ages (except 13-year-old girls), 'verbal aggression' ranked among the three main disturbances.

For 10- to and 11-year-old girls, pornography was one of the main cited concerns, and became the most cited one among girls aged 14 or more. Among 12- and 13-year-olds, girls cited unknown friends, which refers to discomfort with strangers who harass them on social networks. This theme also bothered 13-year-old boys.

TABLE 6
DISTRIBUTION OF THE THREE MAIN CODES MENTIONED BY GIRLS, BY AGE GROUP

Girls	1 st place	2 nd place	3 rd place
9 years old	Verbal aggression	Violence	Scary content
10 years old	Inappropriate content	Verbal aggression	Pornography
11 years old	Verbal aggression	Pornography	Inappropriate content
12 years old	Verbal aggression	Inappropriate content	Unknown friend
13 years old	Unknown friend	Inappropriate content	Pornography
14 years old	Pornography	Inappropriate content	Verbal aggression
15 years old	Pornography	Verbal aggression	Inappropriate content
16 years old	Pornografia	Verbal aggression	Unknown friend

Livingstone et al (2014) also found gender differences in the responses: boys were more concerned about violent content (21%) than girls (16%), whereas girls were more concerned about conduct (20%) and contact risks (17%) than boys (18% and 10%, respectively).

Differences between ages were also found: younger groups were more concerned about content risks and other risks, while older groups were more concerned about conduct- and contact-related risks.

FINAL CONSIDERATIONS

A large number of boys and girls cited verbal aggression, along with other aggressive behaviors, such as abuse on social networks, threats, nicknames, fights, bullying, disrespect, exposure, invasion of privacy and swear words, as what bothers people their age on the Internet. This makes contact-related risks the most prevalent among those interviewed in the ICT Kids Online Brazil 2012 survey.

The Internet has become an environment in which supposedly anything is allowed, which can be associated with a false idea that what is acceptable in the offline world does not apply in the online world, and that there are attitudes that can be indulged that would not be acceptable in face-to-face relationships. The responses to the survey allow the inference that children have difficulty coping with these types of situations.

This appears to be a problem that needs to be addressed by the formulators of public policies for the sector and mediators of the relationship of children with the Internet (parents, teachers, and peers, and adults familiar with the use of the Web). It is disturbing to learn that aggressive, invasive and disrespectful behaviors are recurrent, and that this is what most harms and bothers younger age groups, especially content with very violent, disrespectful and prejudiced content that appears on social networks. It seems essential at this time to discuss the public nature of online communication and the rules that should govern it.

Social institutions – primarily families and schools – play an important role in this discussion, since it is necessary to lead children to reflect on the possibility that they are inadvertently reproducing behaviors that they themselves criticize. Garcez (2014) noted a certain letting go of responsibility on the part of these institutions, particularly on issues related to cyberbullying. This game of “passing the buck” can lead to continuation of the problems pointed out by children, with serious harm to their emotional health.

Violence-related risks and seeing sexual images are also often mentioned. In this realm, the main complaints are related to images of violence, especially murder and physical abuse, and pornography. From our point of view, the topic of violence requires more attention. Its strong presence on the Web, combined with problems of online verbal aggression, can create an environment that makes antisocial behavior natural. Many responses that cite pornography do so from a moral perspective, referring to it as content prohibited to minors, which appears to reflect a problem considered serious by adults. However, pornography can actually be something that disturbs, whether because of its frequent presence or because that content often invades screens without user authorization (through pop-ups, for example). It should be acknowledged that pornography is on the Web, in mass media, and in day-to-day life in society. It is perhaps more effective to discuss this subject with children than present it as inappropriate, offensive and prohibited content.

APPENDIX

EXAMPLES OF CODES DISCUSSED IN THE RESULTS

Verbal aggression

I don't like it when people say bad things about my team or family. (Boy, 11)

Unknown friend

People I don't know come to talk about things they shouldn't. People with fake profiles, or who don't show who they really are. Invitations to friend people that aren't from my state. (Girl, 14)

Harassment

People who insist on talking to you. (Boy, 16)

Pornography

Porn videos. (Boy, 15)

Sex-related content

Posting high-resolution sexual photos that I feel are bad to see. (Boy, 16)

Virus

Links with a virus that can infect the computer. (Boy, 9)

Death

Cases of death and accidents. (Boy, 15)

Inappropriate content

Videos that are inappropriate for children. (Girl, 12)

Violence

Scenes of violence, people killing other people with guns, knives, beatings, etc. People wanting to commit suicide. Child violence. (Boy, 11)

Invasion of privacy

Videos of me put up on websites without my permission. (Boy, 16)

Scary content

A scary video. (Girl, 9)

REFERENCES

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2012*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2013. Available at: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Accessed on: Apr 20, 2015.

_____. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Households – ICT Households 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015. Available at: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: Apr 20, 2016.

FRANCO, M. L. P. *Análise de conteúdo*. Brasília: Liber Livro, 2008.

GARCEZ, A. M. *Representações Sociais do Cyberbullying na Mídia e na Escola*. 2014. Thesis (Doctoral) –Graduate School of Education, Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014. .

LIVINGSTONE, S.; KIRWIL, L.; PONTE, C.; STAKSRUD, E. "In their own words: What bothers children online?". *European Journal of Communication*, v. 29, n. 3, p. 271-288, 2014.

SANTOS, H. C. M. *Prevenir contra o lobo mau ou despertar a bela adormecida?*. 2011. Dissertation (Master's in Information and Documentation Sciences) – Catholic University of Portugal, Portugal, 2011. Available at: <http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/9477/1/tese_herminia_9_outubro_2011.pdf>. Accessed on: Aug 15, 2015.

CHILDREN AND THE INTENSIVE USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES: HEALTH CHALLENGES

Evelyn Eisenstein¹ and Eduardo Jorge Custódio da Silva²

INTRODUCTION

Evidence of greater use of information and communication technologies (ICT) by children, at increasingly younger ages (CGI.br, 2015a), is a source of concern for health professionals and those working in other areas, such as education and rights. Of particular concern is the possible impact and repercussions that such use can have in biological, psychological and behavioral terms during the period of growth and development, in addition to the risk of developing diseases in adulthood.

The ICT Households 2014 survey, conducted by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) from October 2014 to March 2015, indicated that 77% of the Brazilian population from 10 to 17 years old were Internet users (CGI.br, 2015b). The ICT Kids Online Brazil 2014 survey showed that among Internet users from 9 to 17 years old, 82% accessed the Internet through mobile phones and 32% through tablets. Another 79% had their own profiles on at least one social network (CGI.br, 2015a).

Although the American Academy of Pediatrics discourages exposing children under age two to television or recorded videos, studies reveal that, in the United States, 75% of children under age one have one hour and 54 minutes of contact, via media, with audiovisual content on a typical day (BROWN, 2011). Children under age three are already watching cartoons on mobile devices and operating tablets or smartphones with interactive movements to find their favorite characters (O'KEEFE, 2011; PALFREY; GASSER, 2008).

¹ Physician, associate professor of adolescent clinical and pediatrics and telemedicine coordinator of the Department of Medical Sciences of the Rio de Janeiro University (FCM-UERJ). Also coordinates the Rede ESSE Mundo Digital project, through the Center for Integrated Studies on Childhood, Adolescence and Health.

² Physician, neuropsychiatrist and neurophysiologist. Director of Metaclínica and Neurologistas Associados (Rio de Janeiro) and coordinator of the Rede ESSE Mundo Digital project, through the Center for Integrated Studies on Childhood, Adolescence and Health.

Applications and other platforms are becoming easier to use and more accessible, there is, thus, genuine, growing demand in the scientific literature for research that addresses the challenges posed by intensive use of digital media to the health of children, including the impact on the growth process, cerebral and mental development and maturation, development of healthy or potentially harmful lifestyle habits, and influence on adult social behavior.

The health aspects under discussion can be divided into the following areas:

1) GROWTH AND PHYSICAL DEVELOPMENT

Growth can be defined as a process that involves the production of neurotransmitters and hormones in the brain and body circuits of children. In this essential process, factors such as sleep, diet and physical exercise are crucial. These are the main stimuli – along with affection and positive attention – for building personality, as well as mental, emotional and cognitive development. Good nutrition and emotional stimuli, in terms of attention and parental and social protection, enable the development of health potential. Similarly, nutritional or emotional problems caused by epidemics, wars and conflicts, cycles of poverty and violence, urbanization, globalization and industrialization, including the use of information and communication technologies, can contribute – positively or negatively – as social determinants of health or development of disease (ULIJASZEK et al, 1998; WHO, 2011; EISENSTEIN, 2013; DSS, 2016).

Social media, through computers, mobile phones, tablets and other digital technology devices, can influence behavioral stereotypes and the development of habits and practices of children. There is evidence in the scientific literature that unhealthy eating habits, obesity, sedentary lifestyle, tendencies toward violent or aggressive behavior, smoking, use or abuse of alcohol and other narcotic substances, development of depression, disorders related to body image, sleep and hyperactivity and disorders related to social and sexual behavior, are associated with the age at which digital media start being used and the length of time they are used, as well as with the messages transmitted through social media. Although they cannot be considered the causal factor, social and digital media exert substantial influence on all these risk behaviors (STRASBURGER et al, 2012). Sleep disorders and difficulties falling asleep, are among the most frequent complaints of parents and legal guardians: in a review of 31 studies involving children, a direct association was found between this type of disorder and the use of computers (94%) or video games (84%) (HALE; GUAM, 2015). There is also a connection between sleep disorders and common causes of lower school performance, such as fatigue, attention disorders, problems with concentration and memory, depression, and frequent complaints of headaches and feeling dizzy (DWORAK et al, 2007). A study conducted in selected schools from 11 European countries with 11,931 adolescents with a mean age of 14.89 years demonstrated that intensive or excessive Internet use was associated with unhealthy sleep and eating habits, sedentary lifestyle, smoking and multiple risk behaviors in 89% of the respondents (DURKEE et al, 2016).

It is natural that the stages of brain growth and cortical reorganization overlap with gains in physical development and cognitive and emotional functions. At the same time, there is a correspondence in the progression of skills that children acquire throughout their physical growth until gradual and final maturation – which occurs at around age 25 – of the prefrontal cortex (cognition), the limbic system (emotions) and the hypothalamic region (hormone

production). Therefore, a balance must be established between time spent online and other activities, such as physical exercise and healthy diet and sleep patterns, in order to stop the vicious cycles of release of cortisol and dopamine, the main factors related to diseases with a technological component among children (GIEDD, 2008; SILVA; TING, 2013).

2) MENTAL AND BEHAVIORAL HEALTH

Psychological harm associated with excessive exposure to violent television programs or movies, excessive use of video or other electronic games and their impact on cognitive abilities, executive functions, language development and ability to concentrate and memorize, in addition to increased aggression and naturalization of violence by children, have been the subject of various empirical studies. Exposure to this type of content increases the prevalence of violence and networks that breed intolerance, risks of developing anxiety or depression, incidence of nightmares or sleep disorders, aggressive thoughts or behavior, and feelings of anger. Suicide rates and desensitization to suffering resulting from interaction with violent images also increase (ANDERSON; BUSHMAN, 2001; RICH, 2013; RICH et al, 2016).

In addition to exposure to violent content in digital media, a growing number of children are also being subjected to bullying, a practice that has multiplied on social networks and other Internet websites. Cyberbullying and online victimization have been the object of studies and Law No. 13185, enacted in Brazil in 2015, which need to be further disseminated to inform the general public and for preventive actions in schools (WILLIAMS; STELKO-PEREIRA, 2013; BARBOVSCHI, 2015). According to the ICT Kids Online Brazil 2014 survey, 15% of Internet users 9 to 17 years old reported offensive treatment on the Internet in the previous 12 months. Of these, 64% said that the incidents occurred on social networks, 47% in instant messaging and 10% in chat rooms. The percentage of those who received offensive messages over the Internet was 58%, with 24% saying they were mentioned in posts on social networks. Internet users 11 to 17 years old mentioned hate messages (21%), acts of people physically harming themselves (13%) and suicide-related content (9%) (CGI.br, 2015a).

The World Health Organization defines violence as “the intentional use of physical force or power, threatened or actual, against oneself, another person, or against a group or community, that either results in or has a high likelihood of resulting in injury, death, psychological harm, impaired development, mistreatment or deprivation” (WHO, 2012). This definition does not make a distinction between real acts and visual representations or recreations of violent acts online. Nor does it consider the ramifications and consequences associated with such acts, whether real or simulated and cybernetic, in the form of harassment or gender discrimination, among other types of intolerance, which can result in increased vulnerability, anxiety, insecurity, depression, anxiety, technostress and violence itself (YBARRA et al, 2008; LIVINGSTONE; PALMER, 2012). Anonymity and lack of privacy and security on social networks contribute to the naturalization and spread of violence, especially among young people raised in broken or dysfunctional families or complex political or cultural contexts (KING et al, 2007).

The time devoted to Internet use, as well as the intensification of this use, gave rise around 1995 to the first studies on technological dependence as a result of nonchemical interaction between man and machine, involving induction and behavioral reinforcement. These studies already signaled a new diagnostic proposal of Internet addiction as an impulse disorder (YOUNG, 1998;

YOUNG; ABREU, 2011). Some of the symptoms that characterize addiction are: excessive use and no perception of time passing; development of profiles of abstinence, with mood swings and feelings of anger, sadness or frustration; tolerance and the need for more hours online, as a reward mechanism; and negative repercussions, including conflicts, social isolation, fatigue and poor performance in studies or at work. In many cases, other psychological or psychiatric disorders are present, such as depression, bipolar disorder, anxiety disorders and attention deficit and hyperactivity disorder (ADHD). Some studies still associate symptoms of Internet addiction with learning disorders and ADHD, with impairment of response inhibition functions and working memory with cognitive deficit (NIE et al, 2016).

Despite its frequent use, the term “addiction” remains controversial and requires further studies: the Diagnostic and Statistic Manual of Mental Disorders (DSM-5) of the American Psychiatric Association only classifies Internet Gaming Disorder as compulsive and out-of-control behavior. Other authors consider certain behaviors to be dysfunctional in adolescence, such as sleep deprivation, alienation from friends and parents, low school performance, social anxiety, depression or oppositional defiant disorder (ODD). These problems are classified as problematic interactive media use (PIMU) and are manifested primarily in adolescents obsessed with massively multiplayer online role-playing games (MMORPG) (RICH, 2014; RICH et al, 2016). The ICT Kids Online Brazil 2014 survey indicated that 25% of Internet users 11 to 17 years old had already tried – unsuccessfully – to spend less time online, and 21% reported spending less time with their families because of the Internet (CGI.br, 2015a).

3) SEXUALITY AND SEXUAL DEVELOPMENT

The development of sexuality is an essential part of growth and building identity. Experiences lived in childhood and adolescence can have an impact on future behavior, positively and healthily, or negatively, causing harm. Digital media facilitate access to information, movies and videos related to fantasies, desires, eroticism, sensuality, gender issues, sex, pregnancy and childbirth, breastfeeding, contraception and sexually transmitted diseases, among other sexual and reproductive health issues. According to the ICT Kids Online Brazil 2014 survey, 29% of children who were Internet users reported seeing images or videos with sexual content on the Web, among whom 52% felt uncomfortable or embarrassed after this contact.

Three important stages of sexual development in adolescence can be identified (EISENSTEIN et al, 2015), which can be correlated with risks introduced by the use of digital media.

- **Early adolescence:** the beginning of bodily changes and maturation of the internal and external sexual organs under neurohormonal stimulation, from 10 or 11 to 14 years old, on average, in the Brazilian population. Concentration of sensations in the genitalia also occurs, regardless of the sensory input source. This stage is characterized by fear, shame, guilt, fantasies and sudden mood swings, amid curiosity and many social prejudices, where many choose to remain anonymous, or even develop “new personalities,” such as avatars;
- **Middle adolescence:** from 14 or 15 to 17 year old. The body is still undergoing transformation. At this stage, there are many crises in the search for identity, experimentation, intense social life, dating, making or losing friends and crushes. A gradual process is set in motion of socialization and definition of being different or part of

a group, which is the goal of online conversations and applications that favor encounters of any kind;

- **End of adolescence:** The stage of lifestyle decisions and choices occurs from 17 or 18 to 21 to 24 years old, on average. Once bodily changes are consolidated, affective and social relationships are developed, with gradual separation from the family milieu and (dis)integration into the social, cultural and contextual environment. After completion of their studies and entering the job market, young people are consolidated as independent beings who are now responsible, even legally, for their choices in life. During this stage, many already have online profiles on social networks and are more aware of their privacy settings.

Given the absence of effective sexual education by parents and schools, or applicable educational programs tailored to adolescents that teach social responsibility (HABERLAND, ROGOW, 2015), inappropriate content, grooming messages (online seduction), sexting and cyberbullying are still widespread online, despite being considered crimes under Articles 240 and 241 of the Statute of the Child and Adolescent, and also by Laws 12737/2012, 12965/2014 (Civil Rights Framework for the Internet) and 13185/2015 on cyberbullying³ (MALDONADO, 2011; SHARIFF, 2015).

4) HEALTH RISKS IN GENERAL

The intensive use of technological devices by children and the potential health risks have become the object of numerous studies, with frequent reports in the literature and in medical offices of problems at increasingly early ages. Among the health risks associated with intensive use of technological devices are: visual risks, hearing risks, postural and osteoarticular risks and dietary risks, among others.

- **Visual risks:** Monitors and screens emit glare and can cause phototoxicity. Blinking is essential for lubricating the cornea and keeping it moist with the nutrients provided through tears. Dry eye syndrome (DES), manifested by redness of the eye, foreign body sensations, conjunctivitis and keratitis (corneal infection) in addition to refractive errors, is diagnosed in people who remain for long hours in front of and at a short distance from digital screens. At present, it is recognized as computer vision syndrome; the symptoms are headaches, eye discomfort, dryness, irritation or burning (stinging) eyes, diplopia (double vision) and blurred vision due to responses to convergence and ocular accommodation. The condition has also been frequent among children (ROSENFELD, 2011; GOWRISANKARAN, 2015). Body clock – and circadian cycle – changes may be associated with sleep disorders and depression, due to intense exposure (over six hours) to the blue light waves of digital screens or LED lamps, causing suppression of melatonin and decreased release of HGH

³ Law 13185/2015 established the Program to Combat Bullying throughout the country, which defines bullying as any physical or psychological, intentional and repetitive act of violence that occurs for no apparent cause, practiced by an individual or group, against one or more people, in order to intimidate or attack, causing pain or distress to the victim in an unbalanced relationship of power between the parties involved. In a single paragraph, it also refers to bullying on the Internet, characterizing cyberbullying as actions taken in a virtual environment. As a result of this law, schools are now required to conduct awareness and prevention programs for children in relation to bullying and cyberbullying.

(human growth hormone) during an important period of growth. The medical literature recommends reducing the use of computers and smartphones for two or three hours before bedtime, in order to avoid the blue light waves from digital screens, to improve sleep habits (HARVARD MEDICAL SCHOOL, 2015).

- **Hearing risks:** The use of headphones at volumes above tolerable levels – for children, a safe level is considered to be 70 decibels – negatively affects hearing and is, therefore, a practice that warrants attention. Constant, repetitive and chronic exposure without protection to loud music or other noises – such as drums or speakers – can cause noise-induced hearing loss (NIHL), an irreversible condition resulting from damage to the ciliated cells in the inner ear (cochlea). It is important to be attentive to difficulties in hearing high-pitched sounds (such as telephones and doorbells), whose high frequencies are the first to change. Other auditory symptoms may occur, such as tinnitus, considered an auditory illusion that may be associated with social isolation or difficulties interacting with family and peers. Other possible consequences are: sleep disorders, irritability and difficulty paying attention and concentrating, which affects learning and mood, and behavioral changes (CARVALHO, 2013).
- **Postural and osteoarticular risks:** When children are incorrectly seated or positioned on chairs, armchairs or sofas, or at school desks that do not fit their size or personal physical characteristics, this can cause problems in the cervical, thoracic and lumbar spine, leading to frequent complaints of neck, shoulder and back pain. The most common changes are rectification or inversion of the cervical spine (neck moved forward or head bent toward the computer screen), torticollis (due to neck and shoulders being twisted sideways, to answer a cell phone), severe kyphosis (outward curvature), lordosis (inward curvature), hip and shoulder deviation, torso rotation and scoliosis (“s” curve in the column). It is necessary to have regular specialized postural assessments, do sports or stretching and symmetry exercises, be aware of ergonomics and sit correctly when using a computer. Also common are repetitive stress injuries (RSI), tenosynovitis and tendinitis, and cervicobrachialgia, which is muscular pain radiating from the neck, shoulders and arms after prolonged use of the computer or playing of video games (GENTILE et al, 2004; DEL PELOSO, 2013).
- **Food risks:** The cult of the body and unrealistic expectations in relation to stereotypes have been linked to eating disorders, stringent food restriction practices, use of anabolic steroids, excessive exercise or obesity and chronic sedentary behavior (LOUCAS et al, 2014; QUICK et al, 2013; RICH et al, 2002). According to the ICT Kids Online Brazil 2014 survey, 14% of Internet users from 11 to 17 years old had online contact with content related to eating disorders (CGI.br, 2015a).

CONCLUSION

The studies presented in this article indicate a trend in new styles of relationships and social behaviors associated with intense use of new digital technologies. Although much can be learned through the use of media, there is still room in this new area of research to develop social protection mechanisms and health education materials. It is also necessary to emphasize issues involving the rights of children to health, as well as disseminate them on digital networks.

School programs designed to develop critical and healthy thinking about media, called digital literacy or citizenship, are starting to gain strength and space on the Internet. Recognizing the immense potential for education and health is essential as a protection factor against diseases, which have an influence and are reflected during adulthood.

Technological devices and digital social networks are gradually changing the way people relate to those around them or even those who are distant. The precautions that should be taken during the period of growth and development of children in reference to the use of digital media are still challenges that need to be addressed and studied by health and education professionals. Disease prevention entails encouraging correct attitudes, dialogue and healthy lifestyle habits. And social protection, whether of the family or the entire community, can also be done via Internet.

REFERENCES

- ANDERSON, C. A.; BUSHMAN, B. J. "Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal and prosocial behavior: a meta-analytic review of the scientific literature". *Psychological Science*, v. 12, n. 5, 2001, p. 353-359.
- BARBOVSCHI, M. "Habilidades técnicas e o enfrentamento do uso abusivo de dados pessoais e agressão entre pares em redes sociais". In. BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2014*. São Paulo: CGI.br, 2015a.
- BROWN, A. "Media use by children younger than 2 years". *Pediatrics*, v. 128, n. 5, p. 1040-1045, 2011.
- BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015a. Available at: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: Apr. 20, 2016.
- _____. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Households – ICT Households 2014*. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015b. Available at: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: Apr. 20, 2016.
- CARVALHO, T. C. R. "Bzzzz, você está ouvindo?" In. ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital: impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 243- 246. Available at: <<http://www.grupoa.com.br/livros/psicologia-geral/vivendo-esse-mundo-digital/9788565852951>>. Accessed on: Apr. 20, 2016.
- CENTRO DE ESTUDOS, POLÍTICAS E INFORMAÇÃO SOBRE DETERMINANTES SOCIAIS DA SAÚDE – DSS. *Determinantes Sociais da Saúde*. Rio de Janeiro: DSSBR, Fiocruz, 2016. Available at: <<http://dssbr.org/site>>. Accessed on: Apr. 20, 2016.
- DEL PELOSO, D. "Alterações posturais e riscos futuros". In. ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital: impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 247- 258. Available at: <<http://www.grupoa.com.br/livros/psicologia-geral/vivendo-esse-mundo-digital/9788565852951>>. Accessed on: Apr. 20, 2016.
- DURKEE, T.; CARLI, V.; FLODERUS, B.; WASSERMAN, C.; SARCHIAPONE, M.; APTER, A.; BALAZS, B. A.; BOBES, J.; BRUNNER, R.; CORCORAN, P.; COSMAN, D.; HARING, C.; HOVEN, C. V.; KAESSE, M.; KAHN, J. P.; NEMES, B.; POSTUVAN, V.; SAIZ, P. A.; VÁRNIK, P.; WASSERMAN, D. "Pathological Internet Use and Risk-Behaviors among European Adolescents". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 3, n. 3, 294, 2016. Available at: <<http://www.mdpi.com/1660-4601/13/3/294>>. Accessed on: Apr. 20, 2016.

DWORAK, M.; SCHIERL, T.; BRUNS, T.; STRÜDER, H. K. "Impact of singular excessive computer game and television exposure on sleep patterns and memory performance of school aged children". *Pediatrics*, v. 20, p. 978-985, 2007.

EISENSTEIN, E. "Crescimento Biopsicossocial Virtual". In. ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital, impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 207-220.

EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B.; TING, E. "Desenvolvimento da sexualidade na era digital". In. ABRUSIO, J. (org.). *Educação Digital*. São Paulo: Thomson Reuters, Revista dos Tribunais, 2015, p. 215-225.

GENTILE, D. A. ; OBERG, C.; SHERWOOD, N. E.; STORY, M.; WALSH, D. A.; HOGAN, M. "Well-child visits in the video age: pediatricians and the American Academy of Pediatrics guidelines for children's media use". *Pediatrics*, v. 114, n. 5, p. 1235-41, 2004.

GIEDD, J. N. "The teen brain: insights from neuroimaging". *Journal of Adolescent Health*, v. 42, n. 4, p. 335-343, 2008.

GOWRISANKARAN, S. "Computer vision syndrome: a review". *Work*, v. 52, n. 2, p. 303-314, 2015. Available at: <<http://dx.doi.org/10.3233/wor-152162>>. Accessed on: 3 Apr. 3, 2016.

HABERLAND, N.; ROGOW, D. "Sexuality Education: emerging trends in evidence and practice". *Journal of Adolescent Health*, v. 56, p. 15-21, 2015. Available at: <[http://www.jahonline.org/article/S1054-139X\(14\)00345-0/fulltext](http://www.jahonline.org/article/S1054-139X(14)00345-0/fulltext)>. Accessed on: Apr. 20, 2016.

HALE, L.; GUAM, S. "Screen time and sleep among school-aged children and adolescents: a systematic literature review". *Sleep Medicine Reviews*, v. 21, p. 50-58, 2015.

HARVARD Medical School. *Harvard Health Letter: Blue light has a dark side*, 2015. Available at: <<http://www.health.harvard.edu/staying-healthy/blue-light-has-a-dark-side>>. Accessed on: Apr. 20, 2016.

INHOPE. Available at: <<http://www.inhopefoundation.org/network/partners>>. Accessed on: Apr. 20, 2016.

KING, J. E.; WALPOLE, C. E.; LAMON, K. "Surf and turf wars online, growing implications of internet gang violence". *Journal of Adolescent Health*, v. 41, n. 6, suppl. 1, p. 66-68, 2007.

LIVINGSTONE, S.; PALMER, T. *Identifying vulnerable children online and what strategies can help them*. London: UK Safer Internet Centre, 2012.

LOUCAS, C. E.; FAIRBURN, C. G.; WITTINGTON, C.; KENDALL, T. "E-therapy in the treatment and prevention of eating disorders: a systematic review and meta-analysis". *Behaviour Research and Therapy*, v. 63, p. 122-131, 2014.

MALDONADO, M. T. *Bullying e Cyberbullying: o que fazemos com o que fazemos conosco*. Rio de Janeiro: Editora Moderna, 2011.

NIE, J.; ZHANG, W.; CHEN, J.; LI, W. "Impaired inhibition and working memory in response to internet-related words among adolescents with internet addiction: a comparison with attention-deficit/hyperactivity disorder". *Psychiatry Research*, v. 236, p. 28-34, 2016. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.psychres.2016.01.004.Epub2016Jan5>>. Accessed on: Apr. 20, 2016.

O'KEEFE, G. S. *CyberSafe: protecting and empowering kids in the digital world of texting, gaming and social media*. Illinois: American Academy of Pediatrics, 2010.

_____. *Violence Prevention Alliance. Definition and typology of violence*. Geneva: WHO, 2012. Available at: <<http://www.who.int/violenceprevention/approach/definition/en/>>. Accessed on: Apr. 20, 2016.

PALFREY, J.; GASSER, U. *Born digital: understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books, 2008.

- QUICK, V.; LOTH, K.; NEUMARK-SZTAINER, D. "Prevalence of adolescents self-weighting behaviour and association with weight-related behaviours and psychological well being". *Journal of Adolescent Health*, v. 52, n. 6, p. 738-744, 2013. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jadohealth.2012.11.016>>.
- RICH, M. "As mídias e seus efeitos na saúde e no desenvolvimento de crianças e adolescentes: reestruturando a questão na era digital". In: ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital, impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 31-46.
- RICH, M. "Moving from child advocacy to evidence-based care for digital natives". *JAMA Pediatrics*, v. 168, n. 5, p. 404-406, 2014.
- RICH, M.; PATASHNIK, J.; HUECKER, D.; LUDWIG, D. "Living with obesity: visual narratives of overweight adolescents". *Journal of Adolescent Health*, v. 30, n. 2, p. 100-102, 2002. Available at: <[http://dx.doi.org/10.1016/S1054-139X\(01\)00361-5](http://dx.doi.org/10.1016/S1054-139X(01)00361-5)>.
- RICH, M.; TSAPPIS, M.; KAVANAUGH, J. R. "Problematic Interactive Media Use Among Children and Adolescents: Addiction, Compulsion, or Syndrome?". In: YOUNG, K.; ABREU, C. N. (org.). *Internet Addiction in Children and Adolescents: Risk Factors, Treatment and Prevention*. New York: Springer Press, 2016, in print.
- ROSENFELD, M. "Computer vision syndrome, a review of ocular causes and potential treatments". *Ophthalmic & Physiological Optics*, v. 31, n. 5, p. 502-515, 2011. Available at: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1475-1313.2011.00834.xEpub2011>>. Accessed on: Apr. 3, 2016.
- SAFERNET, 2016. Available at: <<http://new.safernet.org.br/#>>. Accessed on: Apr. 20, 2016.
- SHARIFF, S. *Sexting and Cyberbullying: defining the line for digitally empowered kids*. New York: Cambridge University Press, 2015.
- SILVA, E. J. C.; TING, E. "Tecnoestresse e o Cérebro em Desenvolvimento". In: ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital, impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 234-242.
- STRASBURGER, V. C.; JORDAN, A. B.; DONNERSTEIN, E. "Children, adolescents, and the media: health effects". *Pediatric Clinics of North America*, v. 59, n. 3, p. 533-587, 2012.
- ULIJASZEK, S. J.; JOHNSTON, F. E.; PREECE, M. A. *The Cambridge Encyclopedia of Human Growth and Development*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- WILLIAMS, L. C. A.; STELKO-PEREIRA, A. C. "Por fora bela viola: Pesquisa e Intervenção sobre cyberbullying". In: ABREU, C. N.; EISENSTEIN, E.; ESTEFENON, S. G. B. (org.). *Vivendo Esse Mundo Digital, impactos na saúde, na educação e nos comportamentos sociais*. Porto Alegre: Artmed, 2013, p. 49-59.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION – WHO. *Rio Political Declaration on Social Determinants of Health*. Rio de Janeiro: WHO, 2011. Available at: <http://www.who.int/sdhconference/declaration/Rio_political_declaration_portuguese.pdf>. Accessed on: Apr. 20, 2016.
- YBARRA, M. L.; DIENER-WEST, M.; MARKOW, D.; LEAF, P. J.; HAMBURGER, M.; BOXER, P. "Linkages between internet and other media violence with seriously violent behavior by youth". *Pediatrics*, v. 122, n. 5, p. 929-937, 2008.
- YOUNG, K. S. "Internet addiction: the emergence of a clinical disorder". *CyberPsychology and Behavior*, v. 1, n. 3, p. 237-244, 1998.
- YOUNG, K. S.; ABREU, C. N. (org.). *Dependência de internet: manual e guia de avaliação e tratamento*. Porto Alegre: Artmed, 2011.

***ICT KIDS ONLINE BRAZIL
2015***

METHODOLOGICAL REPORT ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015

INTRODUCTION

The Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), through the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), a department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br), presents the results of the fourth edition of the ICT Kids Online Brazil survey.

The methodology of the survey is aligned with the framework designed by the London School of Economics with EU Kids Online, enabling the production of comparative studies on the theme.

Conducted nationwide, the primary objective of the ICT Kids Online Brazil survey is to understand the risks and opportunities related to Internet use by children, through the collection of indicators based on the following thematic modules:

- Module A: Profile of Internet use;
- Module B: Online activities;
- Module C: Social networks;
- Module D: Internet skills;
- Module E: Mediation;
- Module F: Consumption;
- Module G: Risks and harm.

As of 2015, the ICT Households survey incorporated into its data collection process the target audience of the ICT Kids Online Brazil survey. Thus, the two surveys underwent changes in the way respondents are selected, which is described in detail in the sample plan section. Even though the data was collected jointly, the results of the two surveys are disclosed in specific reports for each audience.

SURVEY OBJECTIVES

The main objective of the ICT Kids Online Brazil survey is to understand how the population aged 9 to 17 years uses the Internet and how they deal with risks and opportunities related to its use.

The specific objectives are:

- To produce estimates on Internet access by children, as well as to investigate the profile of non Internet users;
- To understand how children access and use the Internet and how they perceive the content accessed, as well as online risks and opportunities;
- To outline the experiences, concerns and actions of parents or legal guardians regarding their children's use of Internet.

CONCEPTS AND DEFINITIONS

- **Census enumeration area:** According to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) definition for Demographic Census, a census enumeration area covers the smallest territorial unit consisting of a contiguous area with known physical boundaries, located in an urban or rural area, of a scale suitable for data collection. The combination of census enumeration areas in a country represents the entire national territory.
- **Area:** A household may be urban or rural, according to where it is located, based on the legislation in force for the census. Urban status applies to cities (municipal centers), villages (district centers) and isolated urban areas. Rural status applies to all areas outside those limits.
- **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 their 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 Preschool 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, and 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 (MW) as defined by the Brazilian Ministry of Labor and Employment, which in 2015 was BRL 788.00. The four household income levels used in the survey are as follows:
 - 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 scoring system that divides households into the following economic classes: A1, A2, B1, B2, C, D and E. For data analysis, these categories were combined into AB, C, and DE. The Brazilian Criteria was updated in 2015, resulting in classifications that are not comparable with the previous edition (Brazilian Criteria 2008). For comparison purposes, the data analysis used the 2008 classification criteria. Both estimates are published on Cetic.br's website.

- **Internet users:** Internet users are considered to be individuals who have used the Web at least once in the three months prior to the interview, according to the definition of the International Telecommunications Union (ITU, 2014). For analysis and dissemination purposes, the statement of the child selected to respond to the survey was considered.

TARGET POPULATION

The survey's target population comprises Brazilian children aged 9 to 17 years, residing in permanent private households in Brazil.

UNIT OF ANALYSIS

The survey's unit of analysis consists of children aged 9 to 17 years.

Parents or legal guardians are considered responding units, because they provide information on the selected children. They can be considered a unit of analysis, but they do not represent the overall population of parents or legal guardians residing in permanent private households in Brazil, since the selection of parents or legal guardians depends on the selection of their children.

DOMAINS OF INTEREST FOR ANALYSIS AND DISSEMINATION

The results were broken down into domains according to the following variables and levels:

- **Area:** Corresponds to the definition of census enumeration areas, according to IBGE criteria, considered rural or urban;
- **Region:** Corresponds to the regional division of Brazil, according with IBGE criteria, into the macro-regions Center-West, Northeast, North, Southeast and South;
- **Sex of child:** Corresponds to the division into Male and Female;
- **Level of education of parents or legal guardians:** Corresponds to the division into the levels Up to Elementary I, Elementary II, Secondary or more;
- **Age group of child:** Corresponds to the division into the age groups 9 to 10 years old, 11 to 12 years old, 13 to 14 years old, and 15 to 17 years old;
- **Family income:** Corresponds to the division into the 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:** Corresponds to the division into AB, C, or DE, in accordance with CCEB criteria of ABEP.

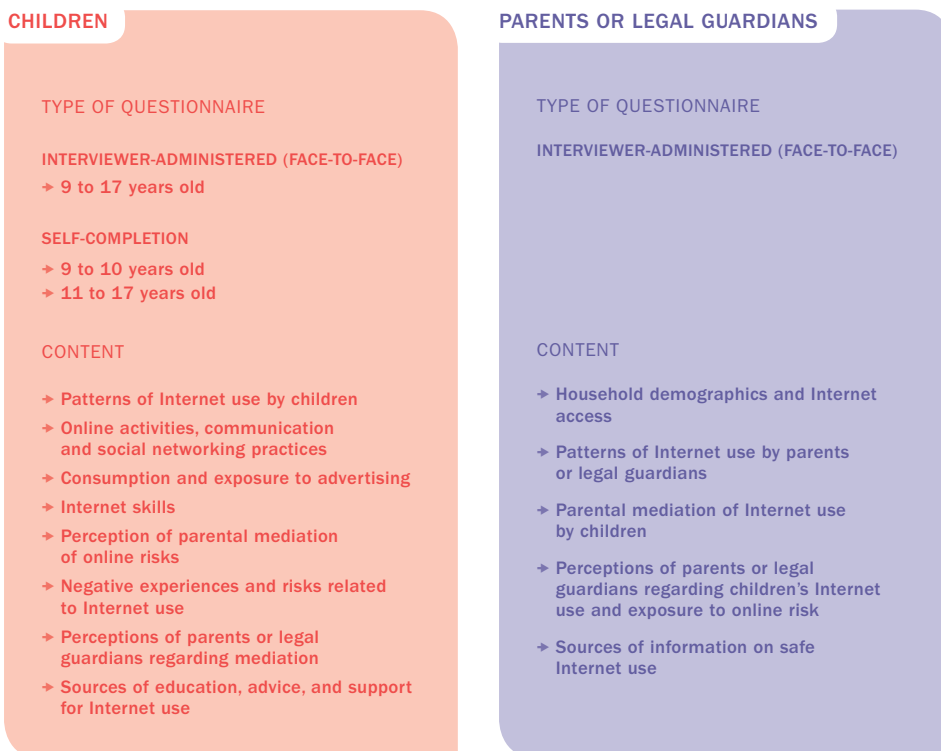
DATA COLLECTION INSTRUMENTS

INFORMATION ON DATA COLLECTION INSTRUMENTS

Data was collected through structured questionnaires with closed questions and predefined answers (single or multiple choice answers). Children answered two different questionnaires: One was interviewer-administered (face-to-face interaction) and the other was self-completed. The self-completion questionnaire covered more sensitive subjects and was designed to allow children to answer the questions without interference by others, so as to provide a more comfortable environment for the respondents. Self-completion questionnaires were adapted and designed according to the profile of two age groups: One version was aimed at children aged 9 to 10 years, and another to children aged 11 to 17 years.

In addition to the questionnaires designed for children, the survey included a separate questionnaire for parents or legal guardians, as illustrated in Figure 1.

FIGURE 1
INFORMATION ON THE QUESTIONNAIRES OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015 SURVEY



CHANGES IN DATA COLLECTION INSTRUMENTS

In order to improve the data collection instruments and increase respondents' comprehension of the questions, the 2015 edition made changes in the formulation of questions, scales and response options in the instrument for children.

In 2015, the ICT Kids Online Brazil survey started exploring new themes through monitoring indicators on digital inclusion and exclusion. Measurement of Internet use started being collected directly from selected children, as well as from their parents or legal guardians, in addition to incorporating the concept defined by the International Telecommunications Union (ITU, 2014). The 2015 edition also started measuring indicators related to the theme of intolerance and hate speech on the Web. The main changes to the questionnaire are shown in Table 1.

In an effort to enhance the quality of data collected, the wording was adapted to better reflect the language used by respondents, and the length of time for administering the questionnaire was reduced (DE LEEUW et al., 2004; DE LEEUW; OTTER, 1995; BORGERS et al., 2000), especially in relation to respondents aged 9 to 17 years.

In the 2015 edition, the questionnaire administered to parents or legal guardians started exploring household indicators about computer and Internet access, characteristics of the household's connection, and reasons for the lack of Internet access in households. At the same time, to reduce the length of the interview, some questions exploring causes of concern and perceptions of parents or legal guardians regarding their children's Internet use were excluded. Questions that dealt with the exposure of their children to advertising on the Internet were also excluded.

COGNITIVE INTERVIEWS AND FIELD PRETEST

Cognitive interviews were conducted to evaluate the adequacy of the ICT Kids Online Brazil 2015 questionnaire design and how well the concepts being investigated were understood by respondents. The results provided input for revising the questionnaires, especially in terms of appropriateness, clarity and understanding of the questions (CAMPANELLI, 2008). Overall, the procedure entailed presenting the text with the question and answer options, listening to comments and suggestions for changes, and testing new wording and options to find the most appropriate form for respondents.

In the 2015 edition, these interviews were carried out only for the questionnaires for children (self-completion as well as interviewer-administered). A total of 15 cognitive interviews were conducted in São Paulo.

Different age groups were considered for the distribution of interviewee profiles. The selected interview sample was composed of 5 Internet users aged 9 to 11 years, 5 aged 12 to 14 years, and 5 aged 15 to 17 years. The profiles of socioeconomic classes B, C and D, according to the 2015 Brazilian Criteria, were prioritized.

TABLE 1
CHANGES IN THE QUESTIONNAIRE ADMINISTERED TO CHILDREN – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015 SURVEY

Indicator		Change in 2015		
A1A	Equipment used in the household to access the Internet	Indicator not collected in 2015		
A1C	Internet access, by last access	New indicator		
A1D	Reasons for not accessing the Internet	New indicator		
A2	Location of access to the Internet	<p>The item “Your own bedroom or another room at home” was changed to “Your own bedroom”;</p> <p>The item “Living room or another public room at home” was changed to “Living room or another room in the house other than the child’s bedroom”;</p> <p>The item “Public library, telecenter or another public place” was changed to “Telecenter”;</p> <p>The item “On the move by mobile phone or tablet, such as on the bus, in the square or at the mall” was changed to “While going somewhere, such as on the street, bus or subway or in a car”;</p> <p>The item “In another location. Which one?” was changed to “In other places, such as the mall, church or café”.</p>		
A2A A2D A2G	A2B A2E A2H	A2C A2F	Frequency of Internet access, by location	Indicators not collected in 2015
A5	Time spent on the Internet on weekdays	Indicator not collected in 2015		
A6	Time spent on the Internet on weekends	Indicator not collected in 2015		
B1	Activities carried out on the Internet	<p>The items “Downloaded applications for free or without paying” and “Paid to download applications” were changed to “Downloaded applications”;</p> <p>The items “Used the Internet for schoolwork” and “Looked up information on the Internet” were changed to “Looked up information on the Internet to do schoolwork” and “Looked up information on the Internet out of curiosity or personal desire”;</p> <p>The items “Played games with other people on the Internet” and “Played games alone on the Internet” were changed to “Played games, connected to other players” and “Played games not connected to other players”;</p> <p>The items “Posted a message on a web page,” “Wrote a blog or online diary” and “Posted photos, videos or music on social networks or using instant messaging” were changed to “Posted a text, image or video you did” and “Shared a text, image or video”;</p> <p>The item “Posted a photo or video on the Internet in which you appear” was added;</p> <p>The items “Read an e-book,” “Sent or received e-mails,” “Spent time in a virtual world,” “Visited a chatroom,” “Used a webcam,” “Created a character, pet or avatar” and “Used file-sharing or download sites” were excluded.</p>		

continues ►

► conclusion

Indicator	Change in 2015
B2C B2D B2E B2F B2G B2M B2N B2P B2R B2S B2X B2Z B2ZA B2ZB	Frequency of Internet use for activities carried out Indicators not collected in 2015
B3A B3B B3C B3D B3E B3F B3G	Origin of people they contacted on the Internet, through an online platform Indicators not collected in 2015
C2	Children who have one or more profiles on social networks Indicator not collected in 2015
C7	How profile on social network was created Indicator not collected in 2015
D3	Perception regarding the presence of potentially bothersome content on the Internet Indicator not collected in 2015
E5	Perception regarding the type of guidance given by their parents or legal guardians on the use of Internet Indicator not collected in 2015
E6	Perception regarding the type of checking of their Internet use performed by their parents or legal guardians Indicator not collected in 2015
E7	Perception regarding resources used by their parents or legal guardians on the computer Indicator not collected in 2015
E10	Perception regarding noncompliance with the Internet use guidelines given by their parents or legal guardians Indicator not collected in 2015
E13 E13A E13B	Children who have already suggested to friends, parents or other relatives ways to use the Internet safely Indicators not collected in 2015
E15 E16	Source of advice received regarding safe Internet use Indicators not collected in 2015
F2	Perception regarding advertising seen in the media Indicator not collected in 2015
G2	Virtual environment in which they were offensively treated Indicator not collected in 2015
G4	Virtual environment in which they acted offensively Indicator not collected in 2015
G18	Type of content with which they came in contact on the Internet The item "Hate messages against individuals or groups of people" was excluded
G20	Children who saw someone being discriminated against on the Internet New indicator
G20A	Type of discrimination witnessed on the Internet New indicator
G21	Children who have felt discriminated against on the Internet New indicator
G21A	Type of discrimination suffered on the Internet New indicator

A pilot of the ICT Households and ICT Kids Online Brazil 2015 surveys was also performed; the main objective was to identify possible problems in stages of the field work, such as listing and approaching households, selecting the respondent and administering the interview. It was possible to evaluate how well the questionnaires flowed and the time needed to administer them, as well as the complexity involved in filling them out. In total, ten census enumeration areas were selected for carrying out the interviews. In each enumeration area, ten households were selected to be visited (Table 2). In households where it was not possible to conduct interviews the first time around, return visits were made and all occurrences during the visits were recorded.

TABLE 2
DISTRIBUTION OF HOUSEHOLDS APPROACHED DURING THE PILOT OF
THE ICT HOUSEHOLDS AND ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015 SURVEYS,
BY MUNICIPALITY VISITED

Municipality	Number of census enumeration areas	Number of households selected for visits
Guarulhos - SP	2	20
Osasco - SP	2	20
Porto Alegre - RS	2	20
Rio de Janeiro - RJ	2	20
Recife - PE	2	20
TOTAL	10	100

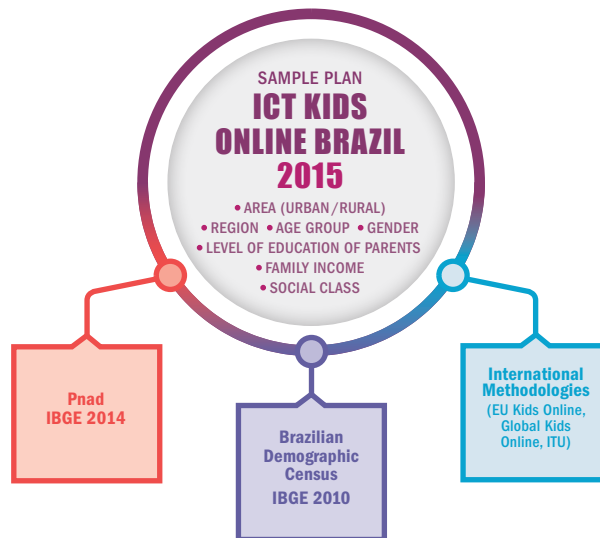
SAMPLE PLAN

The sample plan design was based on a stratified sampling of clusters in multiple stages and it was selected systematically with probability proportional to size (PPS).

SURVEY FRAME AND SOURCES OF INFORMATION

Data from the IBGE 2010 Demographic Census was used for the sample design of the ICT Kids Online Brazil survey. In addition, international methodologies and data served as parameters for building indicators on access and use of information and communication technologies (Figure 2).

FIGURE 2
SAMPLE DESIGN SOURCES FOR THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015 SURVEY



SAMPLE SIZE DETERMINATION

Sample size considered the optimization of resources and quality required for presenting the results in the ICT Households and ICT Kids Online Brazil surveys. Planning included the selection of over 33,000 permanent private households, which served as the sample for both surveys. The following sections deal with the sample design for collecting data for both surveys.

SAMPLE DESIGN CRITERIA

The sample plan used to obtain the sample of census enumeration areas can be described as a stratified sampling of clusters in multiple stages. The number of stages in the sample plan depends essentially on the role assigned to the selection of municipalities. Various municipalities were included in the sample with probability equal to one (self-representative municipalities). In this case, the municipalities served as strata for selecting the sample of census enumeration areas and, afterwards, of households and residents to interview. Other municipalities not necessarily included in the sample served as primary sampling units in a first sampling stage. In these cases, the probabilistic sample consisted of two stages: selection of municipalities and, afterwards, selection of census enumeration areas in the selected municipalities.

SAMPLE STRATIFICATION

The stratification of the probabilistic sample of municipalities was based on the following steps:

- Twenty-seven geographic strata were defined, matching the 27 federative units;
- Within each of the 27 geographic strata, strata of municipality groups were defined;
 - The capital cities of all the federative units were included in the sample (27 strata);
 - The 27 municipalities from the Digital Cities program¹ were also included in the sample;
 - In nine federative units (Pará, Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná and Rio Grande do Sul), a second stratum of municipalities that made up the metropolitan region (MR) surrounding the capital was formed, excluding the capital itself. In the case of these nine federative units, all the other nonmetropolitan municipalities in the state were included in a stratum called “countryside.” In the geographic strata formed by federative units that do not have metropolitan regions (all the rest, except for the Federal District), a stratum of municipalities was created, called countryside cities (all the municipalities in the state minus the capital).

SAMPLE ALLOCATION

The sample allocation adhered to parameters related to costs, proportion of the population aged 9 years or over, accommodating the target population of ICT Kids Online Brazil and ICT Households, and area (urban or rural). In total, 2,214 census enumeration areas were selected throughout Brazil, and within each, data was to be collected from 15 households, corresponding to a sample of 33,210 households. The sample allocation is based on the 36 ICT strata used to monitor data collection (which is more aggregated than the selection stratification), as presented in Table 3.

¹ The Digital Cities program was created by the Ministry of Communications in 2012; in 2013, it “(...) was included in the Growth Acceleration Program (PAC) of the Federal Government, selecting 262 municipalities with populations of up to 50,000 inhabitants. In 2016, the program will be restructured so that its financing will only be with funds from parliamentary amendments” (BRAZIL, 2016). More information: <<http://www.mc.gov.br/cidades-digitais>>. Accessed on: Aug. 19, 2016.

TABLE 3
SAMPLE ALLOCATION ACCORDING TO ICT STRATA

ICT Stratum	Sample		
	Census Enumeration Areas	Municipalities	Planned interviews
North			
Rondônia	18	4	270
Roraima	15	4	225
Acre	15	4	225
Amapá	15	6	225
Tocantins	15	4	225
Amazonas	38	8	570
Pará - Belém MR	27	4	405
Pará - Countryside cities	57	9	855
Northeast			
Maranhão	71	12	1 065
Piauí	36	7	540
Ceará - Fortaleza MR	42	6	630
Ceará - Countryside cities	55	8	825
Pernambuco - Recife MR	41	6	615
Pernambuco - Countryside cities	57	10	855
Rio Grande do Norte	39	7	585
Paraíba	45	11	675
Alagoas	35	7	525
Sergipe	28	6	420
Bahia - Salvador MR	44	6	660
Bahia - Countryside cities	122	19	1 830
Southeast			
Minas Gerais - BH MR	63	8	945
Minas Gerais - Countryside cities	146	27	2190
Espírito Santo	47	8	705
Rio de Janeiro - RJ MR	136	13	2 040
Rio de Janeiro - Countryside cities	53	7	795
São Paulo - São Paulo MR	206	18	3090
São Paulo - Countryside cities	226	42	3390
South			
Paraná - Curitiba MR	42	6	630
Paraná - Countryside cities	88	15	1 320
Santa Catarina	82	13	1 230
Rio Grande do Sul - Porto Alegre MR	50	7	750
Rio Grande do Sul - Countryside cities	84	14	1 260
Center-West			
Mato Grosso do Sul	32	5	480
Mato Grosso	41	7	615
Goiás	70	11	1 050
Federal District	33	1	495

SAMPLE SELECTION

SELECTION OF MUNICIPALITIES

The capitals and 27 municipalities from the Digital Cities program were automatically included in the sample and did not undergo the municipality selection process, i.e., they were self-representative. Self-representative municipalities were those whose probability of inclusion in the sample was equal to 1. A municipality was considered self-representative when its size used for selection was greater than the stipulated interval for systematic selection within a certain stratum. This interval was obtained by dividing the total size of the represented area by the number of municipalities to be selected. Each municipality identified as self-representative was excluded from the respective stratum for the selection of the other municipalities that were to make up the sample. Thus, the desired sample size in each stratum was adjusted and the sum of the sizes was recalculated, with the exclusion of units previously included in the sample. As with capitals and municipalities from the Digital Cities program, self-representative municipalities were considered primary sampling units (PSU), i.e., they were previously stipulated for the selection of census enumeration areas.

The other municipalities were selected with probabilities proportional to the proportion of the resident population aged 9 years or older in the municipality in relation to the same population group in the stratum (ICT strata allocation according to Table 3) to which it belonged, discounting from the total stratum the capitals and 27 municipalities from the Digital Cities program, which were automatically included in the sample.

To minimize weight variability, cuts in size were established as follows:

- If the proportion of the population aged 9 years or older in the municipality was less than or equal to 0.01, the size of 0.01 was adopted;
- If the proportion of the population aged 9 years or older in the municipality was higher than 0.01 and less than or equal to 0.2, the proportion observed was adopted as the size;
- If the proportion of the population aged 9 years or older in the municipality was higher than 0.2, the size of 0.2 was adopted;

The size for the selection of municipalities can be summarized as follows:

$$M_{hi} = \begin{cases} 1, & \text{if a capital, Digital City or self-representative municipalities} \\ 0,01, & \text{if } \frac{P_{hi}}{\sum_h P_{hi}} \leq 0,01 \\ \frac{P_{hi}}{\sum_h P_{hi}}, & \text{if } 0,01 < \frac{P_{hi}}{\sum_h P_{hi}} \leq 0,20 \\ 0,20, & \text{if } \frac{P_{hi}}{\sum_h P_{hi}} > 0,20 \end{cases}$$

Where

M_{hi} is the measure of size used for municipality i in stratum h ;

P_{hi} is the total population aged 9 years or older in municipality i in stratum h ;

$\sum_h P_{hi}$ is the total population aged 9 years or older in stratum h – excluding capitals, municipalities in the Digital Cities program and self-representative municipalities.

The systematic sampling method with PPS (SÄRNDAL et al, 1992) was used to select the municipalities, based on the sizes and stratification presented.

SELECTION OF CENSUS ENUMERATION AREAS

Census enumeration areas were systematically selected with probabilities proportional to the number of permanent private households in the area, according to the 2010 Demographic Census. As with the selection of municipalities, the size was modified to reduce the variability of the probability of selection in each enumeration area:

- If the number of permanent private households in the census enumeration area was less than or equal to 50, the size of 50 was adopted;
- If the number of permanent private households in the census enumeration area was more than 50 and less than or equal to 600, the size observed was adopted;
- If the number of permanent private households in the census enumeration area was greater than 600, the size of 600 was adopted.

Due to the costs associated with collecting data in rural areas, particularly in the North and Northeast regions, the size of rural enumeration areas was reduced by 50%.

Census enumeration area selection size can be summarized as follows:

$$SC_{ij} = \begin{cases} 50, & \text{if } \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} \leq 50 \\ 25, & \text{if } \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} \leq 50 \text{ and is a rural area} \\ \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}}, & \text{if } 50 < \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} \leq 600 \\ \frac{D_{ij}}{2 \times \sum_i D_{ij}}, & \text{if } 50 < \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} \leq 600 \text{ and is a rural area} \\ 300, & \text{if } \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} > 600 \text{ and is a rural area} \\ 600, & \text{if } \frac{D_{ij}}{\sum_i D_{ij}} > 600 \end{cases}$$

Where

SC_{ij} is the size used in the plan for census enumeration area j in municipality i ; and

D_{ij} is the total of permanent private households in census enumeration area j in municipality i .

As in the case of selection of municipalities, the systematic sampling method with PPS (SÄRNDAL et al, 1992) was used to select census enumeration areas. The SPSS statistical program was used to perform the selection, based on the sizes and stratification presented.

SELECTION OF HOUSEHOLDS AND RESPONDENTS

Permanent private households and residents within each census enumeration area were selected using simple random sampling. In the first stage, the interviewers listed all the households in the enumeration area to obtain a complete and updated record. At the end of this procedure, each household in the enumeration area received a sequential identification number between 1 and D_{ij} , where D_{ij} represents the total number of households found in enumeration area j in municipality i . After updating the number of households per census enumeration area selected, 15 households were randomly selected per area to be visited for interviews. All the households in the sample needed to answer the ICT Households questionnaire – Module A: Access to information and communications technologies in the household.

To determine which survey would be administered in the household (ICT Households – Individuals or ICT Kids Online Brazil), all the residents in each responding household were listed and the survey was selected as follows:

1. When there were no residents in the 9 to 17 age group, the ICT Households interview was conducted, with a resident aged 18 years or older randomly selected from among the household's residents;
2. When there were residents in the 9 to 17 age group, a random number was generated between 0 and 1 and:
 - a. If the number generated was less than or equal to 0.54, the interview for the ICT Kids Online Brazil survey was conducted with a resident aged 9 to 17 years, randomly selected among the household's residents in this age group;
 - b. If the number generated was greater than 0.54 and less than or equal to 0.89, the ICT Households survey interview was conducted with a resident aged 10 to 17 years, randomly selected among the household's residents in this age group²;
 - c. If the number generated was greater than 0.89, the interview for the ICT Households survey was conducted with a resident aged 18 years or older randomly selected from the residents of the household in this age group.

² In households selected to do the ICT Households survey (with a resident aged 10 to 17 years) that only had 9-year-old residents, in addition to members aged 18 or older, the ICT Households survey was to be conducted with a randomly selected resident aged 18 or older.

The selection of respondents in each household was done after listing the residents. For selecting the respondents to the ICT Households and ICT Kids Online Brazil surveys, a solution developed for tablets was used in the 2015 edition, which performs a random selection from among the listed residents eligible for the survey defined a priori for the specific household, which is equivalent to the selection of residents to be interviewed by simple random selection without replacement.

In the ICT Kids Online Brazil survey, besides the interview conducted with a child aged 9 to 17 years, an interview was also conducted with his or her father, mother or legal guardian – the resident considered the most suitable to talk about the selected child's day-to-day routine.

FIELD DATA COLLECTION

DATA COLLECTION METHOD

In the 2015 edition, the data was collected using computer-assisted personal interviewing (CAPI), which consists of having a questionnaire programmed in a software system for tablets and administered by interviewers in face-to-face interaction. For the self-completion sections, computer-assisted self-interviewing (CASI) was used, in which the respondent uses the tablet to answer the questions without the interviewer's involvement.

DATA COLLECTION PERIOD

Data collection for the ICT Kids Online Brazil 2015 survey took place between November 2015 and June 2016 throughout Brazil.

FIELD PROCEDURES AND CONTROLS

Various measures were taken to ensure the greatest possible standardization of data collection across Brazil and, thus, minimize possible nonsampling errors. Following are some examples.

IMPOSSIBILITY OF CONDUCTING INTERVIEWS IN CENSUS ENUMERATION AREAS

In cases where it was altogether impossible to access the census enumeration area, such areas were considered as losses. Following is a summary of such situations, based on occurrences that were taken into account in the plan, as well as situations that occurred during the data collection:

- Drug trafficking, Police Pacification Units (UPPs);
- No access to residents (gated communities, buildings, farms);
- Enumeration areas without households;
- Rain, risk areas, blocked access;
- Census enumeration areas with a commercial profile, empty.

IMPOSSIBILITY OF CONDUCTING INTERVIEWS IN HOUSEHOLDS

The selection of households to be approached for interviews was based on the number of private households found at the time of listing. Up to four visits were made at different times and on different days in an effort to conduct interviews in households.

Households were revisited in the following situations:

- No member of the household was found;
- No resident was able to receive the interviewer;
- The selected resident was unable to receive the interviewer;
- The selected resident was not at home;
- Denial of access by the doorkeeper or administrator (to a gated community or building);
- Denial of access to the household.

In some cases, as listed below, it was impossible to conduct a visit in the selected households even after four visits:

- Person selected was traveling and would be away for a longer than the survey period;
- Person selected was unqualified to answer the questionnaire;
- Person selected refused to participate;
- Residence was empty or unoccupied;
- Residence was used for a different purpose (store, office, clinic, etc.);
- Summer home or used during holidays;
- Denial of access by the doorkeeper or administrator (to a gated community or building).

Considering the method used, where there was a list of previously selected households to be visited, the response rate was 71%.

It is worth mentioning that it was difficult to achieve the desired response rate in some census enumeration areas, even though measures were taken to minimize certain problems, such as in the case of areas with a large number of gated communities or buildings, where access to the households was more difficult. In these cases, the strategy used was to send letters via the post office directed to randomly selected households in these areas. These letters contained information about the survey, to motivate the residents to participate in the survey.

DATA PROCESSING

WEIGHTING PROCEDURES

Each sampling unit (municipality and census enumeration area) was assigned a separate base weight for each stratum, which was the inverse probability of selection, described earlier.

WEIGHTING OF MUNICIPALITIES

Based on the description of the municipality selection method, the base weight assigned to each municipality in each sample stratum is given by:

$$w_{hi} = \begin{cases} 1 & , \text{ if a capital, Digital City or self-representative municipality} \\ \frac{T_h}{n_h \times M_{hi}} & , \text{ otherwise} \end{cases}$$

Where:

w_{hi} is the base weight, equal to the inverse probability of selection of municipality i in stratum h ;

T_h is the total measure of size of municipalities in stratum h , that are not self-representative, such that $T_h = \sum_h M_{hi}$;

M_{hi} is the measure of size used for municipality i in stratum h ; and

n_h is the total sample of municipalities, excluding self-representative ones, in stratum h .

Nonresponse from a municipality was adjusted with the following calculation:

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

Where:

w_{hi}^* is the weight adjusted for nonresponse of municipality i in stratum h ;

S_h^s is the sum of the weights of selected municipalities in stratum h ; and

S_h^r is the sum of the weights of responding municipalities in stratum h .

The ICT stratum (36 strata shown in Table 3) was considered in the case of nonresponse from capitals, self-representative municipalities or municipalities from the Digital Cities program, i.e., those municipalities that were automatically included in the sample.

WEIGHTING OF CENSUS ENUMERATION AREAS

At least two census enumeration areas were selected from each municipality to participate in the survey. For selection, each census enumeration area was assigned a weight proportional to the number of permanent private households. The base weight for each census enumeration area in each municipality is given by:

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

Where:

w_{hij} is the base weight, equal to the inverse probability of selecting census enumeration area j in municipality i in stratum h ;

T_{hi} is the total size of census enumeration areas in municipality i in stratum h ;

n_{hi} is the total sample of census enumeration areas in municipality i , in stratum h ; and

t_{hij} is the total size of census enumeration area j , in municipality i in stratum h .

Complete nonresponse of an enumeration area in the sample was adjusted with the following calculation:

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

Where:

w_{hij}^* is the adjusted weight of nonresponse for census enumeration area j in municipality i in stratum h ;

S_{hi}^s is the sum of the weights of selected census enumeration areas in municipality i in stratum h ; and

S_{hi}^r is the sum of the weights of responding census enumeration areas in municipality i in stratum h .

WEIGHTING OF HOUSEHOLDS

In the selected census enumeration areas, households were chosen randomly. In each census enumeration area, 15 households were selected in accordance with the criteria for participating in one of the two surveys, ICT Households and ICT Kids Online Brazil, as already mentioned. The weight of households was calculated from the selection probabilities, as follows:

- The first factor for calculating the weight of households corresponded to the estimated total of eligible households in the census enumeration area. Permanent private households with residents qualified to answer the surveys were considered eligible (households

only with individuals unable to communicate in Portuguese, or where there were other conditions that prevented the survey from being conducted, were excluded).

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

Where:

E_{hij} is the estimated total of eligible households in census enumeration area j in municipality i in stratum h ;

D_{hij}^E is the total number of eligible households approached in census enumeration area j in municipality i in stratum h ;

D_{hij}^A is the total number of eligible households contacted in census enumeration area j in municipality i in stratum h ; and

D_{hij} is the total number of households in census enumeration area j in municipality i in stratum h .

- The second factor corresponded to the total number of eligible households in which the survey was effectively administered in census enumeration area j in municipality i in stratum h , D_{hij}^{RE} .
- The weight of each household, w_{hij}^d in census enumeration area j in municipality i of stratum h is given by:

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

WEIGHTING OF RESPONDENTS IN EACH HOUSEHOLD AND SURVEY

In each selected household, one of the surveys (ICT Households or ICT Kids Online Brazil) was applied according to the composition of the household and a random survey and respondent selection process. The basic weight of each respondent in each survey is calculated with the following formulas:

ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY

$$^{KID}w_{hij}^d = \frac{1}{0,54} \times NP(9-17)_{hij}^d$$

Where:

$^{KID}w_{hij}^d$ is the weight of the respondent aged 9 to 17 years in household d in census enumeration area j in municipality i from stratum h ; and

$NP(9-17)_{hij}^d$ is the number of people from the 9 to 17 year age group in household d in census enumeration area j in municipality i from stratum h .

Note: the weight of the parent or legal guardian is the same as that of the child aged 9 to 17 years, since this person is not selected, but is considered the resident that best knows the selected child's daily routine.

ICT HOUSEHOLDS SURVEY (with resident aged 10 to 17 years)

$${}^{D10-17}w_{hij}^d = \frac{1}{0,35 \times (1-p^*)} \times NP(10-17)_{hij}^d$$

Where:

${}^{D10-17}w_{hij}^d$ is the weight of the respondent aged 10 to 17 years in household d in census enumeration area j in municipality i from stratum h ; and

$NP(10-17)_{hij}^d$ is the number of people from the 10 to 17 year age group in household d in census enumeration area j in municipality i from stratum h .

ICT HOUSEHOLDS SURVEY (with resident aged 18 years or over)

$${}^{D18}w_{hij}^d = \frac{1}{0,11 + (p^* \times 0,35)} \times NP(18 \text{ or older})_{hij}^d$$

Where:

${}^{D18}w_{hij}^d$ is the weight of the respondent aged 18 years or over in household d in census enumeration area j in municipality i from stratum h ;

$NP(18 \text{ or older})_{hij}^d$ is the number of people from the 18 years or over age group in household d in census enumeration area j in municipality i from stratum h .

* This value refers to the estimated proportion of households with only 9-year-olds in relation to the total number of households with a population of 9- to 17-year-olds, obtained from microdata in the National Household Sample Survey (PNAD) (IBGE, 2016). In households selected to participate in the ICT Households survey – Individuals (with residents aged 10 to 17 years) with only 9-year-olds, in addition to members aged 18 or older, the ICT Households survey – Individuals was to be conducted with a randomly selected resident aged 18 or over.

FINAL WEIGHT OF EACH RECORD

The final weight of each survey record was obtained by multiplying the weights obtained in each step of the weighting process.

Weight of the household:

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

Weight of the respondent to the ICT Kids Online Brazil survey:

$$w_{hijDk} = w_{hi}^* \times w_{hij}^* \times w_{hij}^d \times {}^{KID}w_{hij}^d$$

Weight of the respondent to the ICT Households Survey (with residents aged 10 to 17 years):

$$w_{hijDk} = w_{hi}^* \times w_{hij}^* \times w_{hij}^d \times {}^{D10-17}w_{hij}^d$$

Weight of the respondent to the ICT Households Survey (with residents aged 18 and over):

$$w_{hijDk} = w_{hi}^* \times w_{hij}^* \times w_{hij}^d \times {}^{D18}w_{hij}^d$$

CALIBRATION OF THE SAMPLE

The weights of the interviews were calibrated to reflect certain known estimated population counts, obtained from microdata in PNAD 2014. This procedure, in addition to correction for nonresponse bias, sought to correct biases associated with nonresponse of specific groups from the population.

Some of the survey indicators refer to households and others to individuals. The variables considered for calibration of household weights were: area (urban or rural), ICT stratum (36 strata shown in Table 3), household size by number of residents (six categories: 1, 2, 3, 4, 5, 6 or more) and level of education of the head of the household (illiterate or Preschool, Elementary Education, Secondary Education or Tertiary Education).

The following variables were considered for calibration of the weights of individuals in the ICT Kids Online Brazil survey: gender, age group in four levels (9 to 10 years, 11 to 12 years, 13 to 14 years and 15 to 17 years), area (urban or rural) and region (North, Northeast, Southeast, South and Center-West).

The following variables were considered for calibration of the weights of individuals in the ICT Households survey: gender, age group in six levels (10 to 15 years, 16 to 24 years, 25 to 34 years, 35 to 44 years, 45 to 59 years and 60 years or older), area (urban or rural), ICT strata, supply of labor in two levels (economically active population or economically inactive population), level of education in four levels (Preschool, Elementary Education, Secondary Education and Tertiary Education).

The calibration of the weights was implemented using the calibration function of the survey library (LUMLEY, 2010), available in R free statistical software.

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 et al (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

Based on this concept, 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 instances the range would contain the true population value. Other values derived from this variability are usually presented, such as standard deviation, coefficient of variation, and confidence interval.

The margin of error is calculated by multiplying the standard error (square root of the variance) by 1.96 (sample distribution value, which corresponds to the chosen significance level of 95%). These calculations were made for each variable in all tables; hence, all indicator tables have margins of error related to each estimate presented in each cell of the table.

DATA DISSEMINATION

The results of the ICT Kids Online Brazil survey are published in book format and made available on Cetic.br's website (<http://www.cetic.br>) to provide the government, academia and other interested parties with information on Internet use by children. The error margins calculated for each indicator will only be available on Cetic.br's website.

The results of this survey were presented in accordance with the variables described in the domains of interest for analysis and dissemination.

In some results, rounding caused the sum of partial categories to be different from 100% in single-answer questions. The sum of frequencies in multiple-answer questions may exceed 100%.

In tables with footnotes indicating "Each item presented refers only to the results of affirmative, i.e., "Yes" - answers," the indicator was collected with "Yes," "No," and "Don't know" alternatives, although it was decided that only "Yes" answers would be presented.

For comparable indicators with those of previous editions, the significance of the estimates between the years studied can be evaluated through the absolute value of the standard *t* statistic.

$$t = \frac{\hat{T}_2 - \hat{T}_1}{\sqrt{\hat{V}(\hat{T}_2 - \hat{T}_1)}}$$

For a *t* value greater than $Z_{\alpha/2}$, $T_2 - T_1$ is other than zero, at significance level α .

REFERENCES

- BOLFARINE, H.; BUSSAB, W. O. Elementos de amostragem. São Paulo: Blucher, 2005.
- BORGERS, N.; DE LEEUW, E.; HOX, J. Children as respondents in survey research: cognitive development and response quality. *Bulletin de Methodologie Sociologique*, v. 66, p. 60-75, 2000.
- BRAZIL. Cidades Digitais. Available at: <<http://www.mc.gov.br/cidades-digitais>>. Accessed on: Aug 19, 2016.
- BRAZILIAN INSTITUTE OF GEOGRAPHY AND STATISTICS (IBGE). National Households Sample Survey (Pnad) Available at: <http://downloads.ibge.gov.br/downloads_estatisticas.htm>. Accessed on: Sep 9, 2016.
- CAMPANELLI, P. "Testing survey questions". In DE LEEUW, E. D.; HOX, J. J.; DILLMAN, D. A. (Org.). *International Handbook of Survey Methodology*. New York: Routledge, p. 176-200, 2008.
- COCHRAN, W. G. *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons, 1977.
- DE LEEUW, E. D.; BORGERS, N.; SMITS, A. "Pretesting questionnaires for children and adolescents". In. PRESSER, S.; COUPER, M. P.; LESSLER, J. T.; MARTIN, E.; MARTIN, J.; ROTHGEB, J. M.; SINGER, E. (org.). *Methods for testing and evaluating survey questionnaires*. New York: John Wiley, p. 409-429, 2004.
- DE LEEUW, E. D.; OTTER, M. E. "The reliability of children's responses to questionnaire items: question effects in children questionnaire data". In. HOX, J. J.; VAN DER MEULEN, B. F.; JANSSENS, J. M. A. M.; TER LAAK, J. J. F.; TAVECCHIO, L. W. C. (Org.). *Advances In family research*. Amsterdam: Thesis Publishers, p. 251-258, 1995.
- HANSEN, M. H.; HURWITX, W. N.; MADOW, W. G. *Sample Survey Methods and Theory*. New York: Wiley, 1953.
- INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION (ITU). Manual for measuring ICT access and use by households and individuals 2014. Available at: <http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ITCMEAS-2014-PDF-E.pdf>. Accessed on: Sep 9, 2016.
- 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: Feb 20, 2013.
- LUMLEY, T. *Complex Surveys: a guide to analysis using R*. Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2010.
- SÄRNDAL, C.; SWENSSON, B.; WRETMAN, J. *Model Assisted Survey Sampling*. New York: Springer Verlag, 1992.

ANALYSIS OF RESULTS

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015

PRESENTATION

In 2015, about eight out of ten children aged 9 to 17 years used the Internet, corresponding to 23.4 million users¹ throughout Brazil. With the rapid spread of Internet use among children, an increasingly important item on the agenda of governments and society as a whole is the debate on the risks and opportunities associated with Internet use.

In recent decades, empirical studies on the online behavior of children have provided a more sophisticated overview of the subject, due in part to the use of large databases with disaggregated data (GALPERIN et al, 2014). Such studies have found a positive correlation between risks and opportunities. These results suggest that efforts to promote opportunities can lead to greater risks. Conversely, attempts to minimize risks can inadvertently diminish the benefits associated with Internet use (LIVINGSTONE et al, 2015, p. 6).

The focus of discussion of digital inclusion has also shifted from access inequalities to understanding differences in digital use and competencies. Criticism of a more restricted vision of the digital divide sheds light on a second-level digital divide, which has also been identified among those who have overcome access barriers (VAN DIJK, 2005; DIMAGGIO et al, 2004). From this point of view, the sociodemographic characteristics of individuals, such as gender, income and age group, as well as motivational differences and different skills for using information and communication technologies (ICT), result in inequality of use even among those who have access to the Internet (VAN DIJK, 2005).

Since these empirical studies have provided greater detail about Internet use by children, new issues have emerged, even though old problems are still relevant. The continued existence of a significant proportion of children who do not use the Internet requires considerable efforts via public policies to promote equal online opportunities. In countries such as Brazil, it continues to be critical to investigate the profile of nonusers, or those who have not overcome initial barriers to digital inclusion. This is a topic that will be discussed in further depth in the present edition of the ICT Kids Online Brazil survey.

¹ Internet users are considered those individuals who used the Internet at least once in the three months prior to the interview, according to the definition of the International Telecommunications Union (ITU, 2014).

At the same time, increased access via mobile devices, particularly mobile phones, has reshaped online practices. The growing percentage of children who use the Internet only through mobile phones makes it increasingly important to investigate the relationship between the “digital ecology” (LIVINGSTONE et al, 2015) in which children are inserted and the opportunities brought about by their online experience.

From the point of view of risks, the persistence of previously revealed challenges coexists with the relevance of agendas that are still relatively unexplored. Among the issues requiring more attention from researchers are privacy and protection of online personal data. With increased use of platforms and applications in which collection of personal information is part of the business model of companies, a central concern is the promotion of competencies among children, parents, legal guardians and educators to cope with this new scenario. Another emerging topic, examined in greater detail in the present edition of the ICT Kids Online Brazil survey, is the exposure of children to intolerance and hate speech on the Internet.

NEW MODEL AND NEW SURVEY QUESTIONS

To reflect the new scenario of Internet use and appropriation by children, the conceptual framework used by the EU Kids Online network², which gave rise to the ICT Kids Online Brazil survey in 2012, underwent a review and update process (LIVINGSTONE et al, 2015). The framework continues to be organized from a multi-level perspective that combines individual and social indicators and also includes national contexts.

At the individual level, the model focuses on understanding the influence of demographic and psychosocial aspects of children on the conditions of their Internet access and the nature of their digital experience – their online practices and skills and the opportunities and risks they encounter. The revised model strengthens the balance between opportunities and risks, in addition to exploring how online experiences affect children’s well-being and guaranteeing their rights.

On the social level, the model recognizes that children’s lives – including their online lives – are affected by social circumstances. Aspects such as family, school, relationship with peers and engagement in the community contribute to understanding the digital experiences of children and the impact of those experiences on their well-being. In this regard, variables that include such explanatory factors, in addition to individual aspects, are also highlighted in the new framework.

Finally, the model continues to place importance on the context of the countries being investigated, incorporating a range of structural variables that enable public administrators of those countries to learn from the best practices or problems found in those contexts (LIVINGSTONE et al, 2015).

² More information about the survey and its theoretical framework available at: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>. Accessed on Sep 25, 2016.

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2015

HIGHLIGHTS

CONNECTIVITY

In 2015, eight out of ten children aged 9 to 17 were Internet users (79%), corresponding to 23.4 million users throughout the country. Despite the rapid spread of digital media among children, the survey results revealed important regional and socioeconomic disparities in Internet access and use: Whereas 84% of children in urban areas were Internet users, this proportion dropped to 56% for those residing in rural areas.



DIGITAL EXCLUSION

The survey estimated that in 2015, around 6.3 million children were not Internet users, among whom approximately 3.6 million had never accessed the Web. The lack of Internet availability in the household arose as the main reason for not using the Internet: 15% of children – corresponding to 4.5 million individuals – cited this as the reason they were not connected.

SKILLS AND INTERNET USE ON MOBILE DEVICES

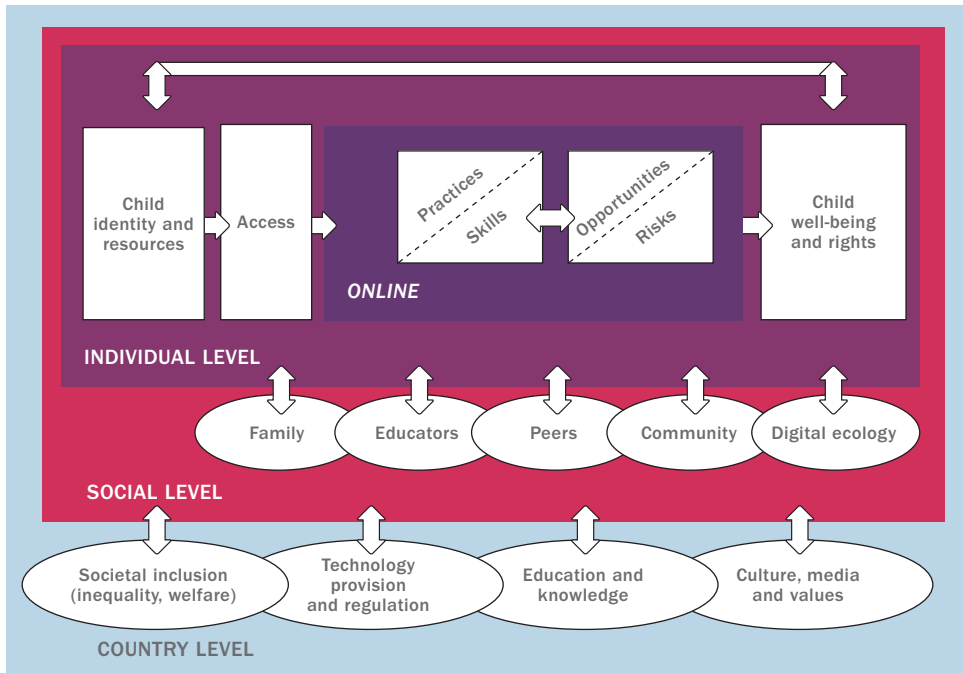
The proportion of children who accessed the Internet through mobile phones remained stable in 2015 – 85% of users – after substantial increases in two previous editions. The main skills reported by children aged 11 to 17 were related to the use of mobile devices, such as connecting to a Wi-Fi network (88%), downloading or installing applications (86%) and putting passwords on devices (82%).



INTOLERANCE AND HATE SPEECH ON THE INTERNET

Four out of ten children who were Internet users (40%) said they had seen someone being discriminated against on the Internet in the 12 months previous to the interview – equivalent to 9.3 million children. Contact with discrimination was mentioned less frequently among younger children and more frequently among older ones. Prejudice related to color or race was the most mentioned one (25%) by those who had witnessed someone being discriminated against. Among children who were Internet users, 20% reported having been subjected to offensive treatment on the Internet and 12% had behaved offensively online.



FIGURE 1
REVISED EU KIDS ONLINE MODEL

SOURCE: LIVINGSTONE ET AL (2015).

The ICT Kids Online Brazil survey reaches its fourth edition, having as frame of reference the revised EU Kids Online model, which has also been adopted for new projects committed to the production of comparable surveys about children online, such as Global Kids Online³ and projects from the Kids Online Latin America network⁴.

The present report presents the main results of the ICT Kids Online Brazil 2015 survey and comparisons with findings from the surveys conducted in previous years, according to the following themes:

- Connectivity and dynamics of access to the Internet;
- Online opportunities and activities;
- Communication practices and social networking;
- Skills for critical use of the Internet;
- Risks and harm;
- Mediation.

³ Global Kids Online is an international research project developed by the London School of Economics, Unicef Office of Research and EU Kids Online academic network; its objective is to create a set of tools for researchers around the world to collect data on opportunities, risks and rights of children in the digital era. More information about the project at: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/Global-Kids-Online.aspx>>. Accessed on: Sep 25, 2016.

⁴ Kids Online Latin America is a Latin American network of researchers created to discuss methodological approaches and support the production of indicators and quantitative and qualitative studies about children online in countries from the region. Among the organizations that provide institutional support for the project are the EU Kids Online academic network, Unicef, Unesco and the Economic Commission for Latin America and the Caribbean (Eclac).

CONNECTIVITY AND DYNAMICS OF ACCESS TO THE INTERNET

INTERNET ACCESS AND THE DIGITAL DIVIDE

In order to meet the demand for data relevant to the promotion of equal online opportunities, the fourth edition of the ICT Kids Online Brazil survey started producing estimates of Internet access by children, in addition to further investigating the challenges to digital inclusion faced by this population.

Over the last 11 years, the ICT Households survey has shown that the proportion of Internet users⁵ in Brazil has grown consistently. Internet access and use indicators have also shown that the proportion of children who use the Internet continues to be above the national average. In 2015, the proportion of Brazilian population over 10 years of age who were Internet users was 58% (CGI.br, 2016b). The ICT Kids Online Brazil survey estimates that, in 2015, 79% of children aged 9 to 17 were Internet users, corresponding to 23.4 million in the entire country (Table 1).

Despite the rapid spread and adoption of digital media by the population as a whole, the regional disparities identified by the ICT Households survey over the course of its editions (CGI.br, 2016b) can also be observed among children. The ICT Kids Online Brazil 2015 survey confirmed this dynamic: Among children aged 9 to 17 residing in urban areas, 84% were Internet users. This proportion was 56% for those residing in rural areas.

The survey results also indicated the existence of relevant regional disparities in terms of Internet access and use among children. The South (90%), Southeast (88%) and Center-West (84%) had higher percentages of Internet users than the Northeast (70%) and North (54%).

TABLE 1
CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS,
BY AREA AND REGION - PROPORTION AND ESTIMATE IN MILLIONS (2015)

		Proportion (%)	Estimate (Millions)
TOTAL		79	23,4
AREA	Urban	84	20,4
	Rural	56	3,0
REGION	Southeast	88	9,9
	Northeast	70	6,4
	South	90	3,5
	North	54	1,7
	Center-West	84	1,9

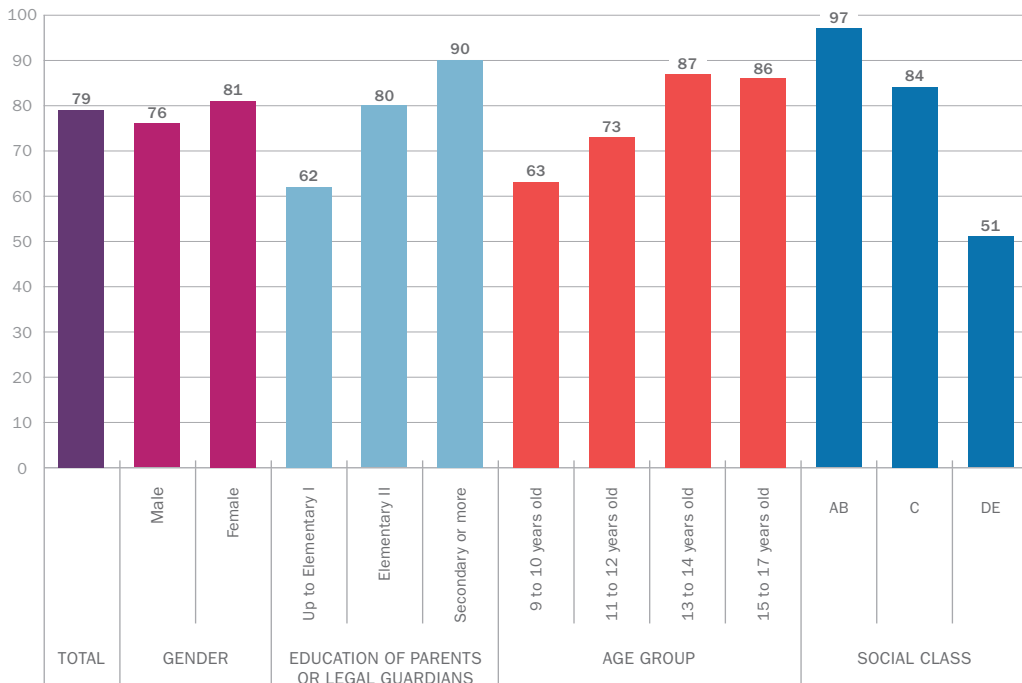
⁵ Considering the resident population in permanent private households in Brazil, 10 years of age or older, who used the Internet in the three months prior to the survey.

Similar to regional differences, the socioeconomic aspect also has an influence on Internet access by children. In 2015, one-half of children belonging to classes DE (51%) were Internet users. This proportion rose to 84% among children from class C and 97% among those in classes AB.

The proportion of Internet users was also higher among children whose parents and legal guardians had a higher level of education: Whereas 62% of children whose parents had completed Elementary Education I were Internet users, this figure was to 80% and 90%, respectively, among those whose parents had completed Elementary Education II and Secondary Education or higher.

The ICT Kids Online Brazil 2015 survey also revealed substantial differences in Internet use according to the age group of the respondents. Whereas two-thirds of children aged 9 to 10 were Internet users (63%), this proportion was 73% among children aged 11 to 12 years, 87% among those aged 13 to 14 years and 86% in the 15 to 17 years age group. No relevant gender disparities were found between girls (81%) and boys (76%) in relation to Internet access (Chart 1).

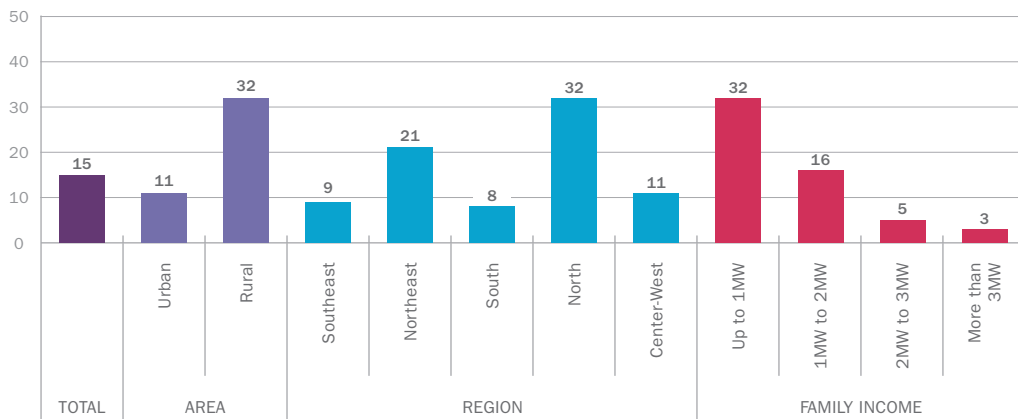
CHART 1
PROPORTION OF CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS (2015)
Percentage of the total number of children from 9 to 17 years old



The survey estimated that in 2015, around 6.3 million children were not Internet users, among whom approximately 3.6 million had never accessed the Web; this corresponds to 12% of the population aged 9 to 17 years. It is worth noting that the percentage of non Internet users was higher among children in rural areas (44%) and the North (46%), from families with up to one minimum wage (42%), and belonging to classes DE (49%).

The lack of Internet availability in the household arose as the main reason for not using the Internet: 15% of children – equivalent to 4.5 million – mentioned this as their reason for not being connected. In line with other digital divide indicators, lack of Internet availability in the household was cited by 32% of children in rural areas, 21% of children in the Northeast and 32% in the North, 37% of children from classes DE, and 32% of those from families with incomes up to one minimum wage (Chart 2). These results reflect previously disclosed challenges regarding development of appropriate infrastructure to provide Internet service in the country, in addition to its high cost in relation to many families’ budgets, as pointed out in the ICT Households survey (CGI.br, 2016b).

CHART 2
PROPORTION OF CHILDREN WHO DID NOT ACCESS THE INTERNET
BECAUSE IT WAS UNAVAILABLE IN THE HOUSEHOLD (2015)
Percentage of the total number of children from 9 to 17 years old



Other reasons cited for not using the Internet included: no Internet in other places they usually go (10%), lack of skills for using the Internet (9%), lack of permission to use the Internet at school (8%), perception that the Internet is not intended or appropriate for children (7%), permission not given by parents or legal guardians to use the Internet (6%), because friends do not use the Internet (4%), negative online experiences in the past (3%) and religious reasons (3%).

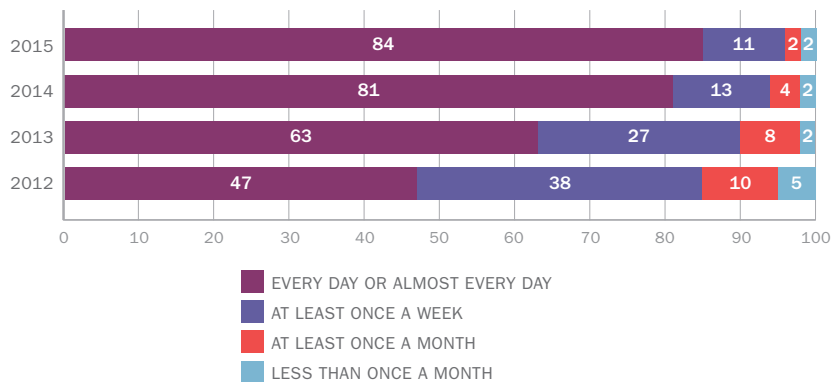
Overall, the data presented above indicate that regional and socioeconomic inequalities in Brazil still represent a major challenge for digital inclusion of children. These results warrant attention from public policies promoting more opportunities to access digital media, since such disparities tend to increasingly reflect dynamics from the offline world, including social, economic and cultural inequalities (VAN DEURSEN; VAN DIJK, 2013; WEI; HINDMAN, 2011).

FREQUENCY OF INTERNET USE

Over the last years, the ICT Kids Online Brazil survey has observed increased Internet access by children. The first survey, in 2012⁶, found that 47% of children who were Internet users went online every day or almost every day (CGI.br, 2013a). This proportion reached 63% in 2013 and 81% in 2014 (CGI.br, 2014; CGI.br, 2015). The Brazilian data is consistent with the findings of earlier studies (LIVINGSTONE; HELSPER, 2010; MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014; UNICEF, 2016).

The 2015 edition of the survey indicated that frequency of Internet use by children remained stable in comparison to the previous year. Among Internet users aged 9 to 17, a significant number reported accessing the Internet daily: 84% did so every day or almost every day and 11% did so at least once a week. However, it is worth noting that, in 2015, two-thirds of children (68%) used the Internet more than once a day – an increase of 47 percentage points over the last edition (Chart 3).

CHART 3
PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE (2012 – 2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old

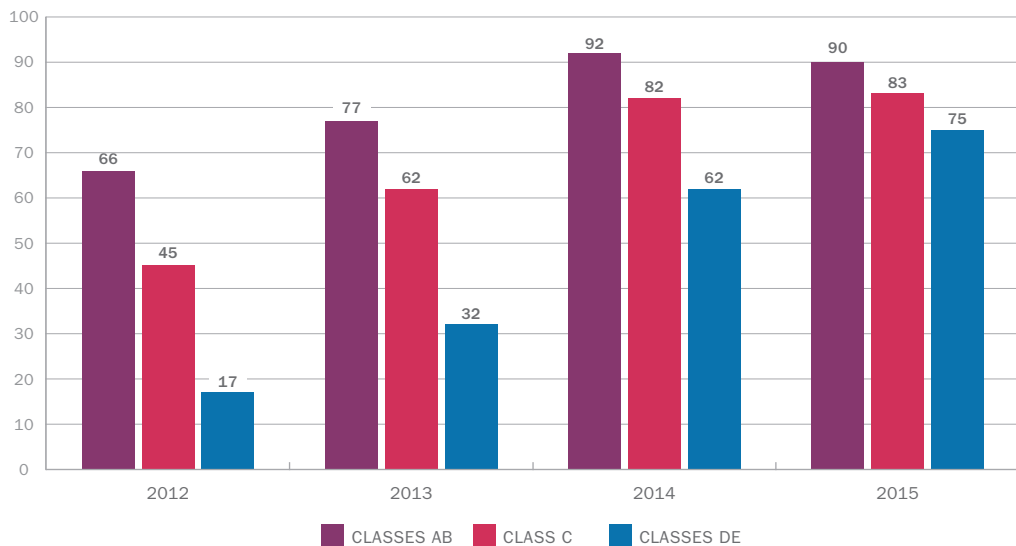


⁶ In the 2012 edition, the target population was Internet users from 9 to 16 years of age.

When comparing demographic aspects, it was observed that age has an important influence on frequency of Internet use. In 2015, whereas more than half of users from 9 to 10 years of age (55%) went online more than once a day, this proportion was 58% among 11- to 12-year-olds, 70% among 13- to 14-year-olds, and 78% among those aged 15 to 17 years.

The socioeconomic aspect is another factor that influences frequency of Internet use. In the fourth edition of the survey, the pattern was similar to that found in previous editions: Frequency of use by children was directly proportional to family income and social class. In 2015, 80% of Internet users aged 9 to 17 years from classes AB went online more than once a day, compared to 67% from class C and 51% from classes DE. However, it is worth noting that the ICT Kids Online Brazil survey has shown over the course of its editions that differences among classes have decreased in relation to daily Internet use. In 2012, whereas 66% of children who were Internet users from classes AB accessed it daily, only 17% of users from classes DE did so – a difference of 49 percentage points. In 2013, this difference dropped to 45 percentage points; in 2014 to 30; and in 2015 to 15 percentage points (Chart 4).

CHART 4
PROPORTION OF CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET DAILY BY SOCIAL CLASS (2012 – 2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



AGE OF FIRST ACCESS

In 2015, the average age of first Internet access by children was 9.8 years, an intermediate level between the one noted in European countries and Argentina. In the participant countries of the Net Children Go Mobile project⁷, the average age in 2014 was 8.5 years: 6.6 years in Denmark; 7.9 years in the United Kingdom; 8.6 years in Ireland and Portugal; 8.8 years in Belgium; 9.1 years in Romania and 9.5 years in Italy (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014). In contrast, the average age of first Internet access in Argentina was 10.8 years in 2016 (UNICEF, 2016).

Although data from European countries indicate that the average age of first access to the Internet is dropping⁸ (LIVINGSTONE et al, 2011; MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014), the ICT Kids Online survey showed that this indicator has been stable in Brazil since its first edition, taking the margins of sampling error into account. In 2014, the average age of first Internet access by children was 10 years. In 2013, this figure was 10.1 years. In 2012, it was 9.6 years; in addition, 44% of children who were Internet users accessed it for the first time by the time they were 9 years old. In subsequent years, this proportion has not changed considerably: It was 38% in 2013, 37% in 2014 and 37% in 2015.

At the national level, the socioeconomic factor has a strong bearing on age of first access: While only 16% of Internet users belonging to classes DE had their first contact with the Internet by 9 years of age, this proportion was 36% for children from class C and almost half (49%) for those from classes AB. No relevant gender differences were observed between females (36%) and males (38%), taking the margins of sampling error into account.

It is important to note that the age of first Internet access, as well as the intensity of digital experience, are factors that can have important consequences for access to online opportunities and development of Internet use skills (PONTE; SIMÕES, 2013).

DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET

In line with the trend towards mobility of Internet access observed in the general population (CGI.br, 2016b), the growing use of mobile devices has been highlighted in the ICT Kids Online Brazil survey in recent years. In 2012, the most widely used devices for accessing the Internet were desktop computers, cited by just over half the children who used the Internet (55%), while mobile phones were cited by two out of ten children who went online (21%). In subsequent years, the survey noted a relevant increase in mobile phone use: in 2013, it was cited by 53%, and in 2014, by 82% of young Internet users, representing an increase of 61 percentage points throughout the period. The pattern with tablets was similar: in 2012 they were used by only 2% of users aged 9 to 17 years but, in 2013, they were cited by 16%, and in 2014, by 32%.

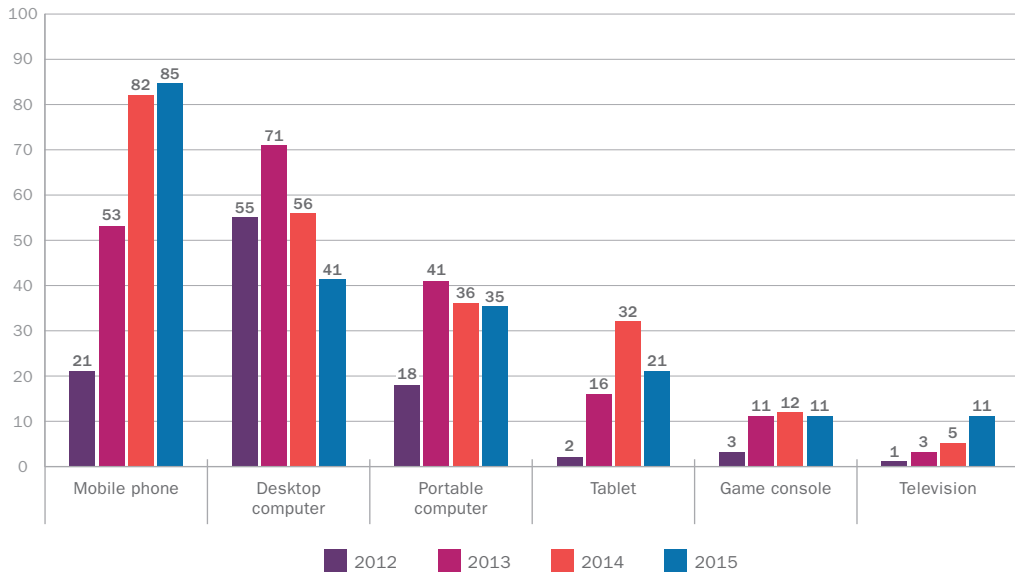
⁷ Belgium, Denmark, Ireland, Italy, Portugal, Romania and the United Kingdom.

⁸ Based on the countries that participated in the project: Austria, Belgium, Bulgaria, Cyprus, Denmark, Slovenia, Spain, Estonia, Finland, France, Greece, Holland, Hungary, Ireland, Italy, Lithuania, Norway, Poland, Portugal, the United Kingdom, Czech Republic, Romania, Sweden and Turkey.

In 2015, the proportion of children who accessed the Internet through mobile devices remained stable compared to the previous edition of the survey, taking the margins of sampling error into account: 85% of Internet users aged 9 to 17 years reported having accessed the Internet on mobile phones, while 21% did so on tablets. After an increase between 2012 and 2013 – going from 18% to 41%, respectively – the use of portable computers to access the Internet also remained stable, at 36% in 2014, and 35% in 2015.

The ICT Kids Online Brazil 2015 survey also confirmed the trend of decreasing Internet access on desktop computers. Whereas in 2013, 71% of young users accessed the Internet on desktop computers, this dropped to 56% in 2014, and to 41% in 2015. Finally, equipment such as game consoles (11%) and televisions (11%) continued to be options used by a smaller share of Internet users (Chart 5).

CHART 5
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET (2012 - 2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old

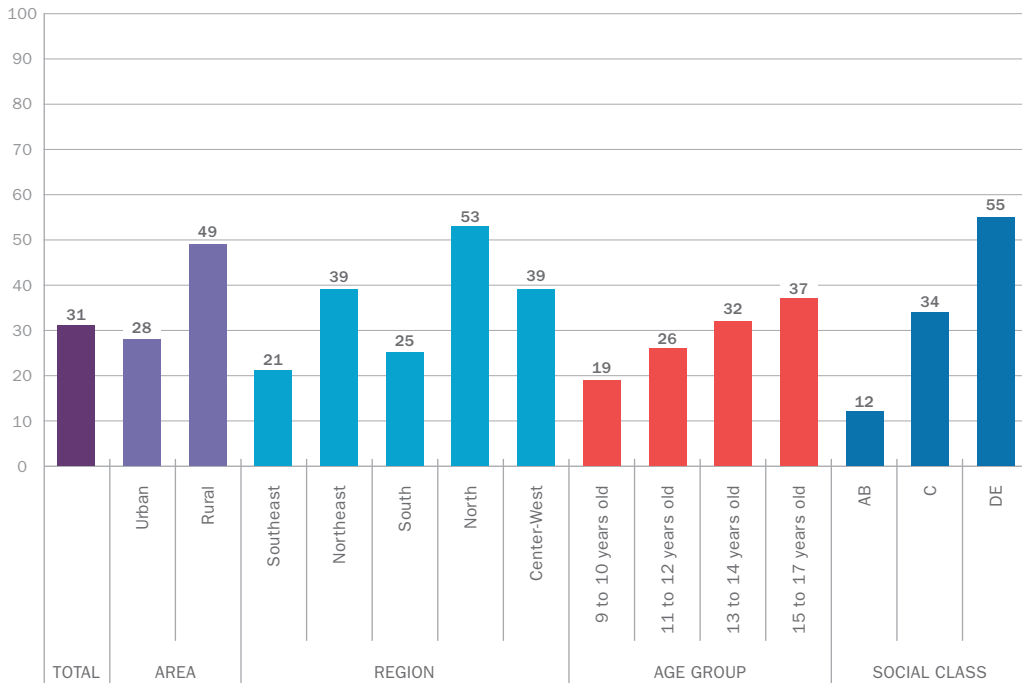


It is worth noting that the use of desktop computers, portable computers, game consoles and televisions to access the Internet differed considerably among social classes. Mobile phones were widespread in all classes, being cited by 90% of children who belonged to classes AB, 82% of children from class C and 86% from classes DE.

The survey also indicated that a considerable number of children who were Internet users accessed it only on mobile phones: 31% – corresponding to around 7.1 million children. Exclusive access on mobile phones was also cited by 49% of children who were Internet users in rural areas, 53% from the North, 39% from the Northeast, 32% of users aged 13 to 14, and 37% of those aged 15 to 17.

Similarly, differences were also observed in relation to social class: 12% of young users from classes AB accessed the Internet only on mobile phones, whereas 34% of older users from class C and more than half of those belonging to classes DE (55%) used only these devices to access the Internet (Chart 6).

CHART 6
PROPORTION OF CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET ONLY VIA MOBILE PHONES (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old

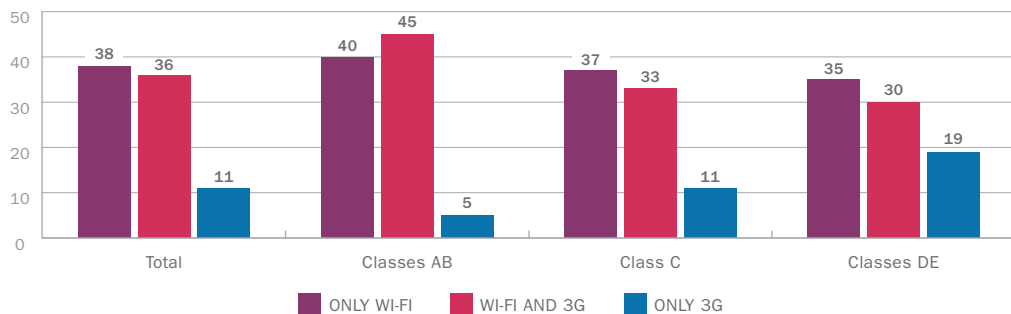


MOBILE PHONE USE: TYPE OF INTERNET CONNECTION

As of 2013, the ICT Kids Online Brazil survey has investigated the types of Internet connections used by children on their mobile phones. In 2015, wireless connection was the most cited type: 74% of young users used Wi-Fi connection to access the Internet, whereas slightly less than half of children (47%) reported using data plans, such as 3G or 4G, to access the Internet. Data of the present edition are in line with the previous trend of the survey: in 2014, wireless connection (58%) was more prevalent than data plans (52%) on mobile phones.

The survey also revealed that a considerable number of children accessed the Internet only by Wi-Fi connections (38%) or by both types of connection (36%). These proportions did not vary much according to social class. The lowest proportion corresponded to children who accessed the Internet only through 3G or 4G data plans (11%) – a result that was higher among children from classes DE (19%) (Chart 7).

CHART 7
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INTERNET CONNECTION VIA MOBILE PHONES, BY SOCIAL CLASS (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



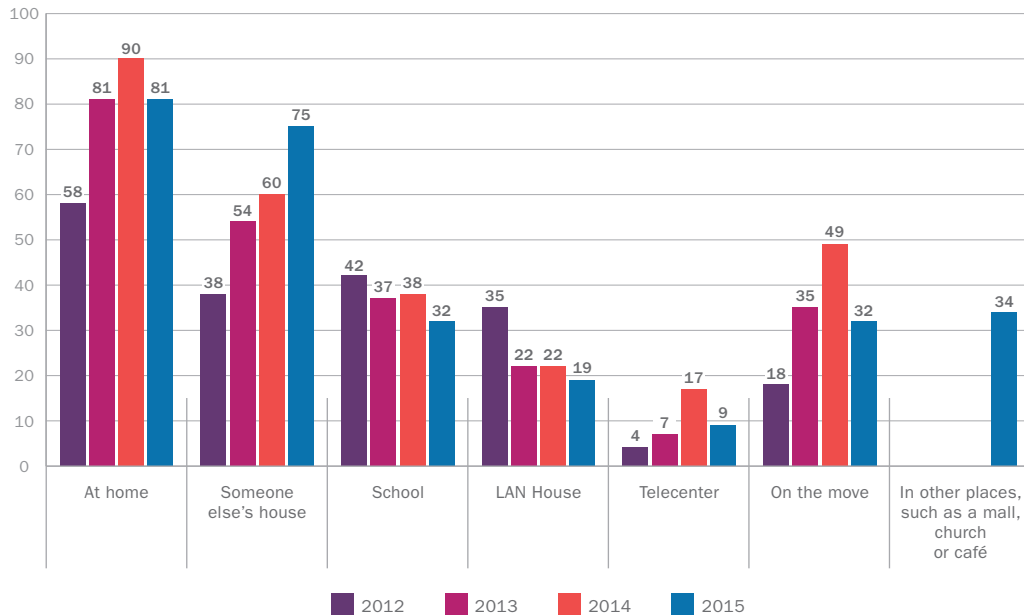
The results indicated that the quality of Internet access, as shown by the indicators for devices and types of connection used, reflects socioeconomic inequalities among children, which, in turn, are associated with the dynamics of more or less restricted Internet use (PETER; VALKENBURG, 2006).

LOCATION OF INTERNET ACCESS

The spread of mobile devices among children – especially mobile phones – has been linked to different and diversified locations and dynamics for children’s access to the Internet, promoting ubiquitous internetting (PETER; VALKENBURG, 2006).

The ICT Kids Online Brazil survey has pointed to a scenario in which the main location of Internet use by children has continued to be their homes. In 2012, households were cited by just over a half of children who used the Internet (58%). In 2013, this proportion rose to 81%, and in 2014, was cited by nine out of ten young Internet users (90%) – a proportion that remained stable in 2015 (81%) (Chart 8). Home Internet access reflects the socioeconomic disparities already observed in other access dynamics: Whereas 96% of children who used the Internet in classes AB connected in their homes, this proportion dropped to 85% in class C and 76% in classes DE.

CHART 8

PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS (2012 – 2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old

Over the course of the its editions, the survey has revealed a trend that also occurs in the general population (CGI.br, 2016b): increase in Internet access in other people's homes, such as friends, neighbors or relatives. In 2015, 75% of children used the Internet in such locations – an increase of 37 percentage points compared to the first edition of the survey in 2012 (38%). The ICT Kids Online Brazil survey also showed that 34% of young Internet users accessed the Web in other locations, such as commercial establishments and places for religious practices, whereas 32% went online on the move⁹. In general, this growth can be attributed to the spread of mobile devices, especially mobile phones, among the younger population, in addition to wide availability of Wi-Fi connections in Brazilian homes, as demonstrated in the ICT Households survey (CGI.br, 2016b).

In contrast, Internet access by children in schools has remained virtually unchanged since the first edition of the survey: In 2012, 42% of children used the network at this location; in 2015, this proportion was 32%. Interestingly, no relevant differences were observed between social classes (34% in classes AB; 31% in class C; and 32% in classes DE) or urban (32%) and rural (29%) areas. Compared with European countries in the Net Children Go Mobile project, Internet access at school by Brazilian children was lower than in most European countries involved in the study: the United Kingdom (88%), Denmark (80%),

⁹ The item "When 'out and about' by mobile phone or tablet, such as on the bus, in the square or at the mall" was changed to "While going somewhere, such as on the street, bus or subway, or in a car." The item "In another location. Which one?" was changed to "In other places, such as the mall, church or snack bar." More information to be found in the Methodological Report.

Romania (53%), Portugal (49%), Ireland (47%) and Belgium (39%); the exception was Italy (26%) (SOZIO et al, 2015). Overall, these data indicate that challenges to children adopting the Internet still exist in Brazilian schools, a finding confirmed by the ICT in Education survey (CGI.br, 2016a).

ICT Kids Online Brazil revealed that, in 2015, Internet access in paid public access centers, such as LAN houses, remained stable (19%) in relation to the last two editions of the survey (22% in 2013 and 2014). In 2012, when less than half (40%) of all Brazilian households were connected (CGI.br, 2013b), these locations were used by around one in three children (35%). Free public access centers, such as telecenters, were cited by an even smaller number of young Internet users: 9% – a proportion that has remained virtually stable, taking the margins of sampling error into account. No relevant disparities among social classes in either type of location were found.

ONLINE OPPORTUNITIES AND ACTIVITIES

Among the main findings of previous studies on Internet use by children is the idea that opportunities grow with increased experience in using the Internet. Therefore, greater use of digital technologies also enhances the trend for children to develop digital skills and obtain tangible benefits from Internet use (LIVINGSTONE et al, 2015).

The ICT Kids Online Brazil 2015 survey showed that, among the activities carried out by children on the Internet, those related to communication, entertainment and schoolwork continued to be the most predominant (Table 2). Among the activities most frequently mentioned by users from 9 to 17 years old were looking up information on the Internet for schoolwork (80%), using instant messaging (79%) and using social networking websites (79%). Downloading of applications stood out, rising from 41% in 2014 to 75% in 2015 – a result that coincides with increased use of mobile devices among children who are Internet users.

Although content sharing on the Internet was cited by about one-half of young users (52%), only a third (37%) reported that they had posted texts, videos or images prepared by the child. This result indicates that, although the Internet provides opportunities for carrying out more activities associated with creative skills, these are performed little by children, not only in Brazil, but also in European countries, according to data from the Net Children Go Mobile project (MASCHERONI; CUMAN, 2014). Encouraging the development of skills related to content creation is a relevant aspect of the discussion of media and information literacy, and represents an important field of intervention for public policies in this area.

TABLE 2
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET
IN THE LAST MONTH (2015)

Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old

80	Looked up information on the Internet for schoolwork	Used instant messaging	79
79	Used social networking websites	Downloaded applications	75
68	Looked up information on the Internet out of curiosity or personal desire	Watched video clips, shows, movies or TV series online	63
59	Listened to music online	Posted a photo or video on the Internet in which the child appears	56
55	Downloaded music or films	Shared a text, image or video on the Internet	52
46	Played games online without other players	Read or watched the news online	46
38	Played games online with other players	Posted a text, image or video prepared by the child	37
32	Used online maps	Posted or shared their location on the Internet	30
22	Talked using video call	Bought things through the Internet	13

Taking into account the margins of sampling error, no relevant gender differences were noted for carrying out activities related to entertainment, such as watching online audiovisual productions (63%), listening to music (59%) and downloading music or films (55%). Fewer children living in rural areas mentioned these activities.

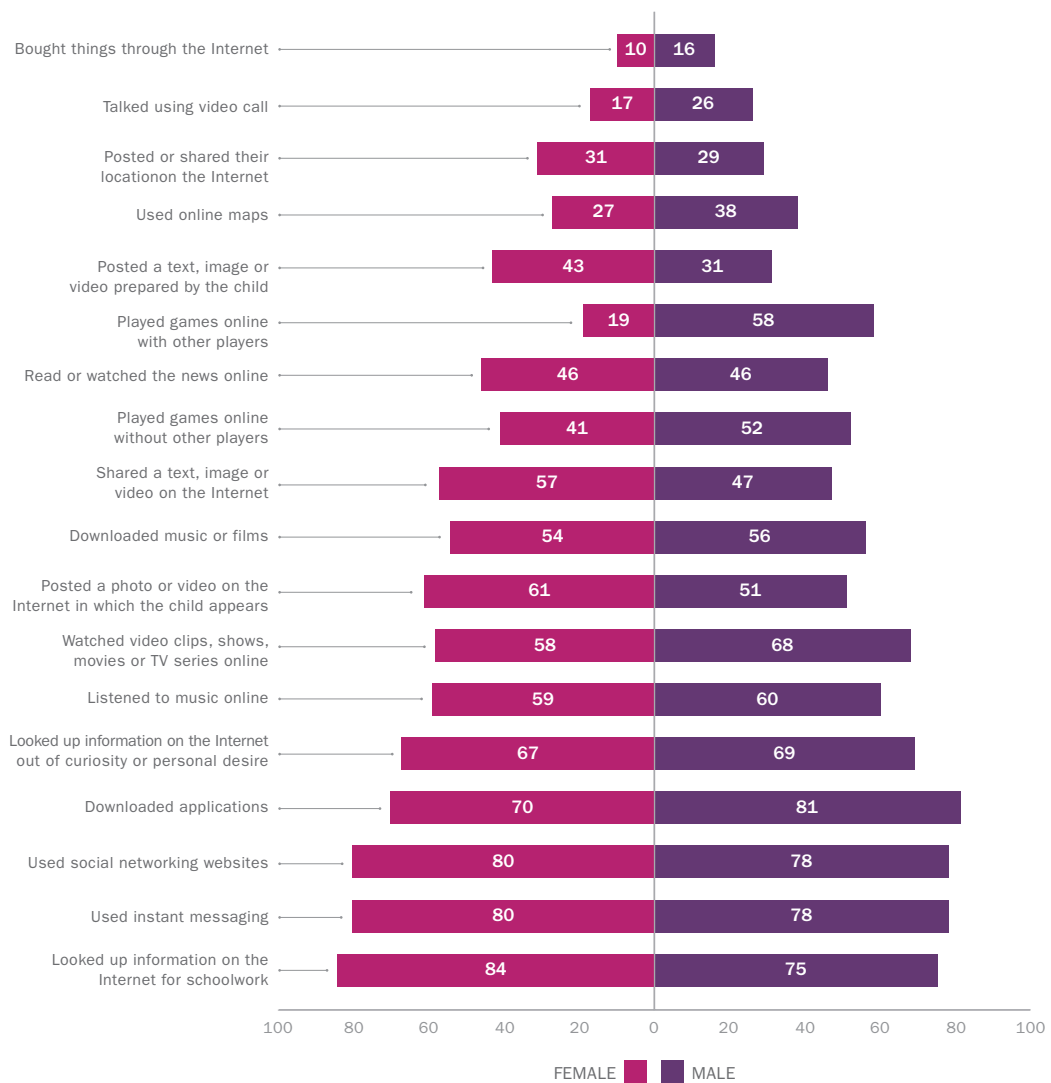
In terms of online games, the survey indicated a large disparity between the behavior of boys and girls (Chart 9). As far as playing games alone, i.e., without other players, the difference was small (41% among girls and 52% among boys). However, over half of the boys (58%) said they played games online with other players, while only 19% of the girls reporting doing so – an indicator that confirmed that games are an activity strongly linked to gender, which, at times, reinforces traditional male and female stereotypes (BUCKINGHAM, 2007).

Estimates on online games tend to be higher among younger children: Whereas 59% of children aged 9 to 10 years and 53% of children aged 11 to 12 years reported playing games with other competitors online, in older age groups the proportions dropped to 46% (13 to 14 years old) and 37% (15 to 17 years old). As far as games played with other players, there were no major variations among age groups.

The ICT Kids Online Brazil 2015 survey also showed that buying things through the Internet (13%), talking using video call (22%) and posting or sharing their location (30%) continued to be activities mentioned little by children. On the same level, the use of online maps (32%) differed according to gender: boys (38%) mentioned using them more than girls (26%).

In relation to social class, children from higher family income brackets generally reported doing more activities on the Internet, although differences in relation to those living in households with lower family income was not always large. It is worth noting, however, that the gap was greater for practices that require faster Internet connections, such as listening to music online (41% in classes DE and 71% in classes AB), watching video clips, shows, movies or TV series online (46% and 77%, respectively) and playing games online with other players (23% and 51%, respectively).

CHART 9
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET
IN THE LAST MONTH, BY GENDER (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



It is also interesting to note that there were marked differences with regard to looking up information on the Internet out of curiosity or personal desire, an activity carried out by 79% of young Internet users from classes AB and only 53% of those from classes DE. The same applied to reading or watching the news online: 57% of children from classes AB did this, whereas in classes DE the proportion was 37%. There were also differences according to the educational level of the parents, although to a lesser extent. Overall, these results showed that certain opportunities associated with Internet use were less used by children from disadvantaged socioeconomic strata, data that reinforce the existence of a second-level digital divide (VAN DIJK, 2005).

COMMUNICATION PRACTICES AND SOCIAL NETWORKING

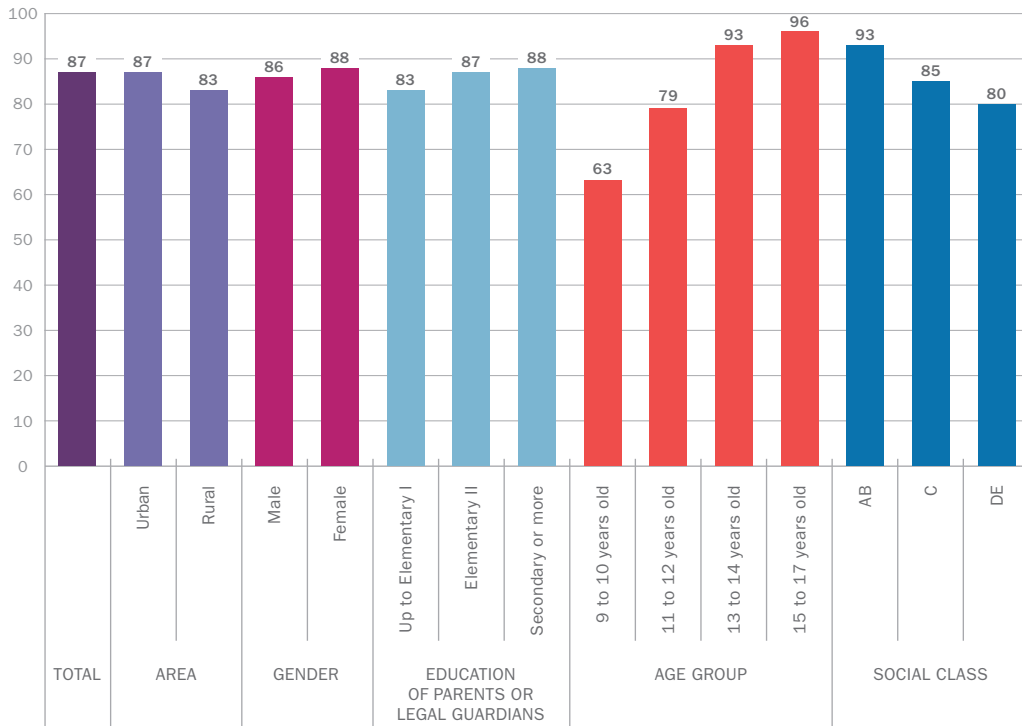
PLATFORMS USED

Social networking websites are an important socialization channel for children that enable them to overcome the restrictions that are set by parental mediation strategies and maintain existing friendships, as well as build new ones (DIAS, 2015). The ICT Kids Online Brazil 2015 survey revealed that the use of social networking websites was widespread among young Internet users (87%), among residents in both urban (87%) and rural (83%) areas, and among different social classes (93% among children who were Internet users in classes AB, 85% in class C and 80% in classes DE). However, such use was higher among older children: 96% of adolescents aged 15 to 17 years and 93% of those aged 13 to 14 years reported having their own profiles on social networking websites, a percentage that fell to 63% among children aged 9 to 10 years and 79% among those aged 11 to 12 years (Chart 10).

A lower percentage of children aged 9 to 10 years who were Internet users reported being present on social networking websites, primarily platforms such as Facebook (50%) and WhatsApp (47%). Among older children, there were more mentions of other platforms, such as Instagram and Snapchat. Among Internet users aged 15 to 17 years, 92% mentioned they had Facebook accounts and 82% cited WhatsApp, while 50% reported being on Instagram and 36% on Snapchat. Among children aged 9 to 10, these proportions were 14% and 8%, respectively.¹⁰

¹⁰ In previous editions, the ICT Kids Online Brazil survey did not produce estimates on the use of WhatsApp and Snapchat.

CHART 10
PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



SOCIABILITY AND CONTACTS ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES

Regarding the number of contacts on their main social networking website profiles, the ICT Kids Online Brazil survey found that four out of ten children with their own profiles on social networking websites (43%) had 301 or more friends on their contact list, higher than the average in European countries (SOZIO et al, 2015).

The ICT Kids Online Brazil 2015 survey also showed that the number of contacts increased with age: Half of children aged 9 to 10 years (54%) had up to 100 friends on their contact lists, while more than a third of children aged 13 to 14 years old (42%) reported having more than 300 contacts on their lists (Table 3). Among older children (15 to 17 years old), this percentage was 63%. The literature on the subject has pointed out a conflict between the desire to increase one's number of friends or contacts, viewed as an indicator of popularity, and recognition of the importance of using stricter criteria for selecting friends online, based on friendships built face-to-face (MACEDO, 2014).

TABLE 3

PROPORTION OF CHILDREN BY NUMBER OF CONTACTS ON THEIR SOCIAL NETWORKING PROFILES, BY AGE GROUP (2015)

Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old who have their own profile on a social networking website

	Up to 10	11 to 50	51 to 100	101 to 300	301 to 500	501 or older
Total	5	13	11	17	13	30
9 to 10 years old	15	25	14	13	3	4
11 to 12 years old	6	21	18	18	9	11
13 to 14 years old	4	13	11	21	16	26
15 to 17 years old	1	7	8	15	15	48

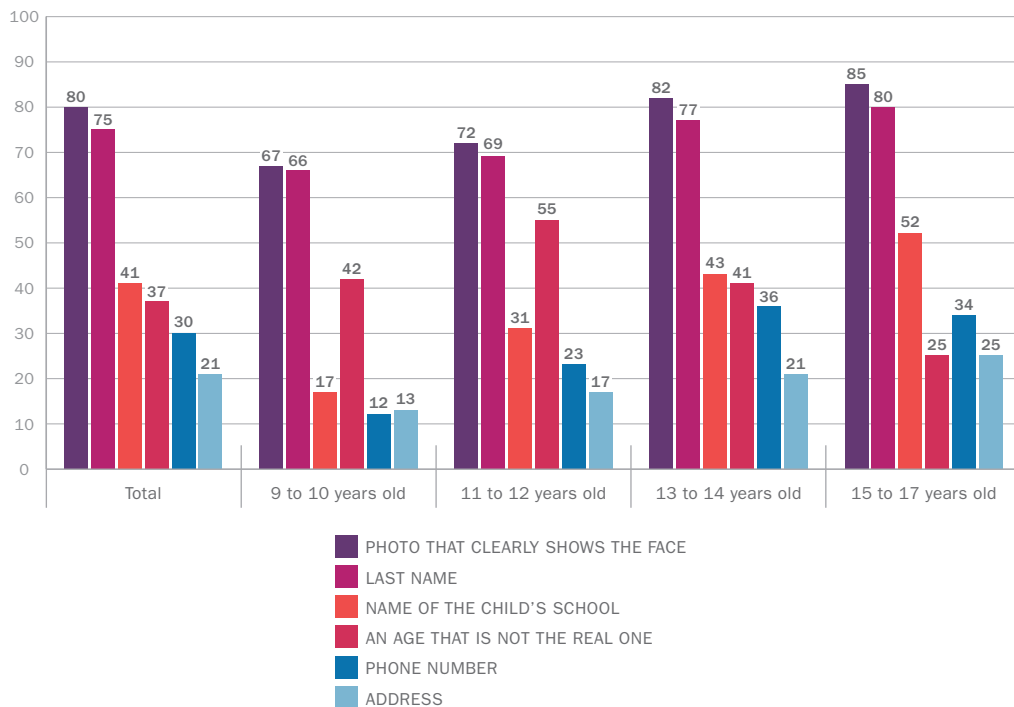
PRIVACY SETTINGS AND EXPOSURE OF SELF ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES

In general, the 2015 edition found that adolescents aged 15 to 17 provided more personal information on platforms and social networking websites than younger children. In this age group, a large number posted photos showing their faces (85%) or disclosed their last names (80%) on their profiles. In addition, more than a third of children aged 13 to 14 years (43%) informed the names of their schools on their social networking website profiles, a figure that reached 52% among 15- to 17-year-olds (Chart 11).

CHART 11

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION SHARED ON SOCIAL NETWORKING PROFILES, BY AGE GROUP

Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old who have their own profiles on social networking websites



It is also worth noting that around half the children had public profiles (47%) on social networking websites, which was likewise the case among children aged 11 to 12 (51%). This proportion was only lower among the youngest children (9 to 10 years old), with 35% openly disclosing data on their profiles.

Although platforms such as Facebook set a minimum age for having an account¹¹, it is interesting that more than half of children aged 11 to 12 years (55%) gave another age on their profiles. Among children 9 to 10 years old, this proportion was 42%. It is also noteworthy that 41% of users aged 13 to 14 years and 25% of children aged 15 to 17 years also gave a different age on their social networking website accounts – which indicates that, among children, stating a different age, besides enabling them to create a profile, may also be a strategy for building their identity on the Internet (LIVINGSTONE et al, 2011).

SKILLS FOR CRITICAL USE OF THE INTERNET

SKILLS FOR USE OF DIGITAL MEDIA

Although it was already included in the first editions of the EU Kids Online project, measurement of digital skills was recently incorporated into the conceptual model adopted by the EU Kids Online network. If, on one hand, digital competencies enable online practices, on the other hand they are also directly related to the extent to which users are able to take advantage of opportunities and their resilience to the risks associated with Internet use (LIVINGSTONE et al, 2015).

From a methodological point of view, numerous efforts have been made to develop more sophisticated ways to measure skills that can provide further knowledge about which competencies really matter in allowing individuals to achieve greater well-being by using the Internet. One of these efforts is the project From Digital Skills to Tangible Outcomes (DiSTO)¹², which is based on the premise that involvement in online activities does not necessarily lead to concrete offline results. Furthermore, those who achieve results in one area may not necessarily do so in other areas. This suggests that digital skills are among the main mediation factors capable of translating engagement in online activities into tangible results (VAN DEURSEN et al, 2016).

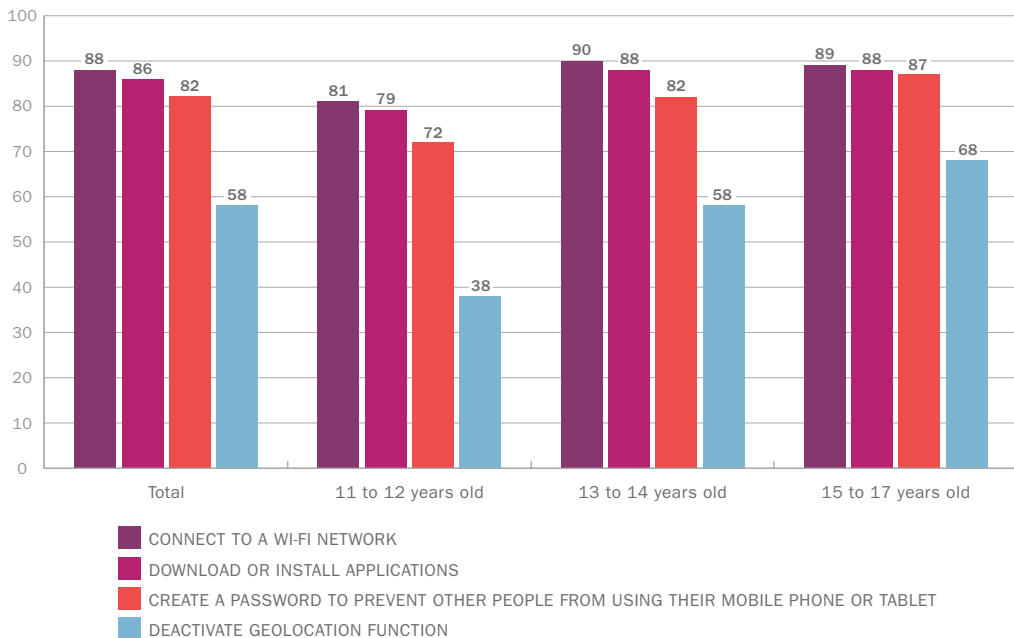
¹¹ More information: <<https://www.facebook.com/help/210644045634222>>. Accessed on: Sept 25, 2016.

¹² The DiSTO project receives support from the University of Oxford, through the John Fell OUP Research Fund, as well as from the London School of Economics and the University of Twente. It seeks to address the challenges involved in measuring skills for the use of digital media through developing indicators based on the literature about digital skills and the tangible results of Internet use in the well-being of individuals. More information about the project at: <<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/From-digital-skills-to-tangible-outcomes.aspx>>. Accessed on: Sept. 25, 2016.

Within the scope of the ICT Kids Online Brazil survey, this module of the survey was implemented through questions that sought to measure the perceptions of children regarding their Internet skills. In 2016, the project will include measurements developed on the basis of the DiSTO and Global Kids Online projects, which will enable more comparisons with other international research efforts.

In 2015, the ICT Kids Online Brazil survey showed that the main skills reported by children aged 11 to 17 years were related to the use of mobile devices, such as knowing how to connect to a Wi-Fi network (88%), downloading or installing applications (86%) and creating passwords to prevent other people from using their mobile devices, such as mobile phones or tablets (82%). To a lesser extent, children mentioned the ability to deactivate the geolocation function (58%); this varied substantially according to age group: 38% among children aged 11 to 12 years and 68% among children aged 15 to 17 years (Chart 12).

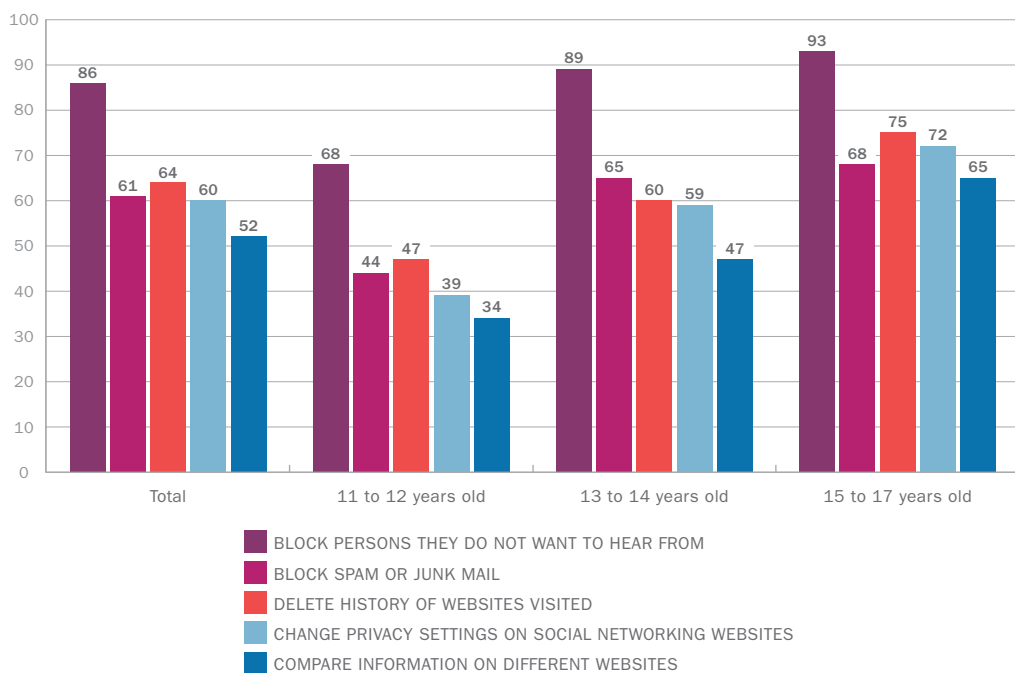
CHART 12
PROPORTION OF CHILDREN BY MOBILE DEVICE SKILLS, BY AGE GROUP (2015)
Percentage of the total number of Internet users 11 to 17 years old



The survey also revealed that skills related to the use of digital media were generally mentioned at a lower level. There was greater reference to skills of technical nature related to concerns about security and protection of online privacy. The ability to block people on their social networking websites was mentioned by 86% of Internet users aged 11 to 17 years (Chart 13). This was followed by other skills, such as deleting the browsing history (64%), blocking spam or junk mail (61%) and changing the privacy settings on social networking websites (60%).

Finally, the competence cited the least was comparing information on different websites (52%), which is precisely the skill that indicates greater ability to critically evaluate information accessed on the Internet. This skill also varied the most according to age group: Whereas the proportion of children aged 11 to 12 years was 34%, it went to 65% among children aged 15 to 17. The ability to compare information from different sources also varied the most according to the educational level of parents, being cited by only 40% of children whose parents or legal guardians had completed Elementary Education I.

CHART 13
PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLS, BY AGE GROUP (2015)
Percentage of the total number of Internet users 11 to 17 years old



RISKS AND HARM

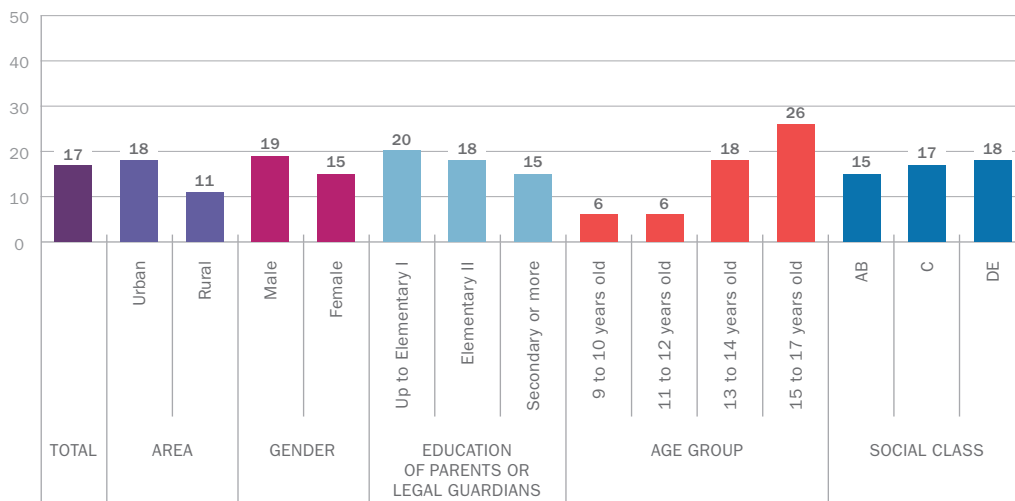
CONTACT ON THE INTERNET

With the intensification of Internet use by children, the literature has categorized different kinds of risks associated with its use: a) contact, which considers children as participants in a context of interactions; b) content, which considers children as recipients of media content; and c) behavior, which considers children as agents in a process of interaction that they can initiate (LIVINGSTONE et al, 2014; LIVINGSTONE; HADDON, 2009).

In its fourth edition, the ICT Kids Online Brazil survey showed that contact with unknown people on the Internet varied widely according to the age group of children. While this type of interaction was reported by less than 14% of children aged 9 to 10, it rose to 62% among children aged 15 to 17 years. The small variation in this indicator among children according to socioeconomic strata also demonstrates the spread of this pattern of social interaction among all social classes. The difference between the percentage of boys (44%) and girls (37%) who mentioned this item was within the margins of sampling error¹³.

The percentage of young Internet users who said they had personally met online contacts offline was 17% in 2015. The largest differences were found between higher and lower age groups. At the lower level of the spectrum were children aged 9 to 10 years (6%) and 11 to 12 years (6%), where contact with unknown people was more closely mediated by parents and legal guardians, given greater concern about possible risks. However, personally meeting online contacts was reported at higher levels among 13- to 14-year-olds (18%) and 15- to 17-year-olds (26%) (Chart 14).

CHART 14
PROPORTION OF CHILDREN WHO MET ONLINE CONTACTS OFFLINE IN THE LAST 12 MONTHS
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



It is important to mention, however, that the flip side of the risks inherent in online presence is that the possibility of contact with unknown people on the Internet can also be seen as an important dimension of new forms of socialization, representing opportunities for individuals who engage in this practice. The 2015 edition of the survey supported this hypothesis: 47% of Internet users aged 9 to 17 years sought to make new friends on the Internet, while 21% added people they did not know to their lists of contacts or friends. In both situations,

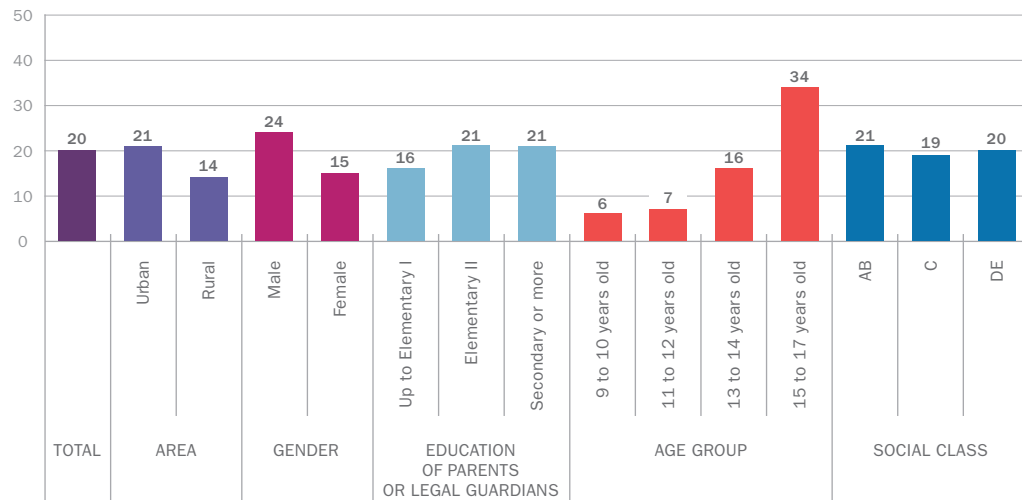
¹³ As occurred in other editions of the survey, information related to online risks was collected on self-completion questionnaires that were answered directly by selected children.

the percentage increased among the older age groups, and only 3% of children who were Internet users felt bothered after personally meeting people they had first met online.

MESSAGES AND IMAGES WITH INAPPROPRIATE CONTENT

Regarding the agenda to protect children from potentially inappropriate content that could be detrimental to their development, the 2015 edition of the ICT Kids Online Brazil survey continued investigating access and exposure to messages and images of sexual nature. While 20% of children aged 9 to 17 years said they had been exposed to this type of content, the percentage was 24% among boys and 15% among girls (Chart 15).

CHART 15
PROPORTION OF CHILDREN WHO SAW SEXUAL CONTENT IN IMAGES OR VIDEOS
ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



The results also revealed that, among children who said they had been exposed to sexual content in images or videos, the online channels where it occurred the most were social networking websites and instant messaging applications; however, the small number of respondents did not allow for a more in-depth exploration of the profiles of users of these applications.

The survey also examined receiving and sending images with sexual content, a relevant issue in public agendas, given the spread of phenomena such as sexting and restructuring of privacy dynamics due to the spread of Internet use among this audience. In 2015, the survey estimated that 14% of Internet users aged 11 to 17 years had received sexual messages, while another 4% had sent such messages.

Finally, the survey indicated that the percentage of children who said they felt bothered after exposure to sexual content in images and messages on the Internet was 13% – in line with the result observed for meeting online contacts offline. The stability of this indicator over the last four editions of the survey (2012-2015) also shows that the issue is generally not perceived by children within a risk framework.

EXPOSURE TO MARKETING CONTENT

In its fourth edition, the ICT Kids Online Brazil survey continued to investigate the exposure of children to marketing content. In 2015, data showed that TV was still the medium where children report having seen more advertising: among children aged 11 to 17 years, 80% mentioned this medium. Television was followed by video websites (62%) and online social networking platforms (61%), which were cited by a large percentage of children in 2015, coinciding with the trend that has been identified in the survey since 2013. Around one-third of children said they also accessed marketing content on gaming websites (36%) and instant messaging applications (29%).

Among the factors worth considering when it comes to using online channels for advertising content aimed at children is the ability of this audience to recognize various marketing strategies. A qualitative study on the subject with children aged 9 to 11 years found that identifying advertising on the Internet was more complex for children. Furthermore, children find such content easier to identify when it is presented with distinctive markers that indicate its commercial nature and broadcasted in the same format and place, as in the case of traditional media (SAMPAIO; CAVALCANTE, 2016, p. 58-59)¹⁴.

The ICT Kids Online survey found that access to marketing content on television and in the print media was widespread among all age groups. In the case of social networking websites, there were important differences among children of different ages: 44% of users aged 11 to 12 years and 72% of users aged 15 to 17 years recognized marketing content (Chart 16); this supports the hypothesis that the perception of this type of content varies according to Internet use experience.

Although not necessarily restricted to a perspective of risk, the search for information about brands and products is another relevant indicator of contact with the agenda of consumption. In 2015, the ICT Kids Online Brazil survey showed that there was an important difference between children in urban (44%) and rural (25%) areas. Household consumption patterns also seem to influence online searches for brands and products. This type of search was higher in classes AB (58%), being cited by fewer children (23%) in classes DE (Chart 17).

¹⁴ Conducted by the Research Group on the Relationship between Children, Youth and Media (GRIM). The study "Children's advertising in times of convergence" was the object of a cooperation agreement between the Federal University of Ceará (UFC) and the Ministry of Justice. The study was also done in partnership with NIC.br which, through Cetic.br, performed the data collection in the field. The logistics of recruitment of the children, moderation of the focus groups and transcriptions were the responsibility of the survey company IBOPE Inteligência.

CHART 16
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF ADVERTISING SEEN IN THE LAST 12 MONTHS,
BY AGE GROUP (2015)
Percentage of the total number of Internet users 11 to 17 years old

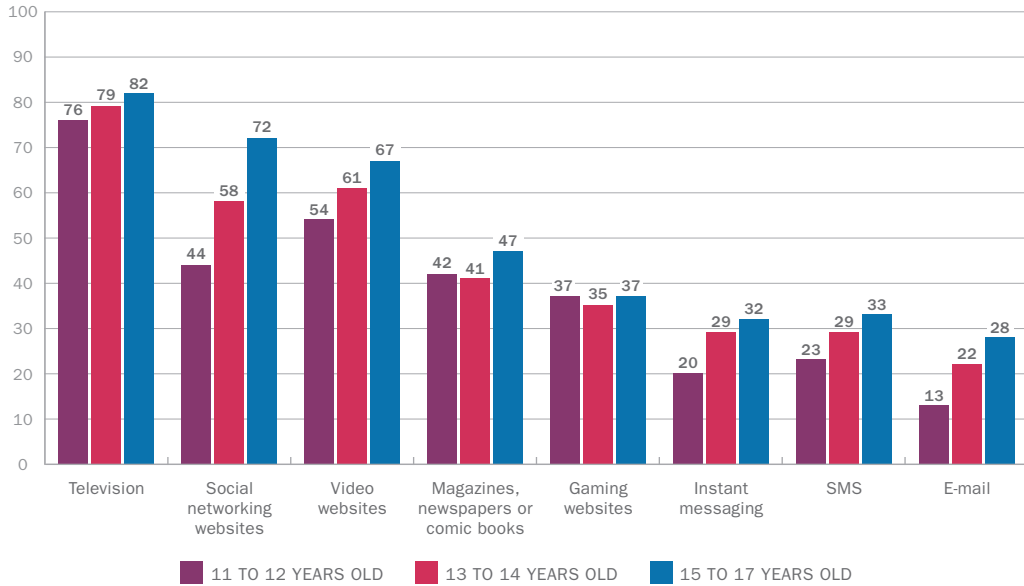
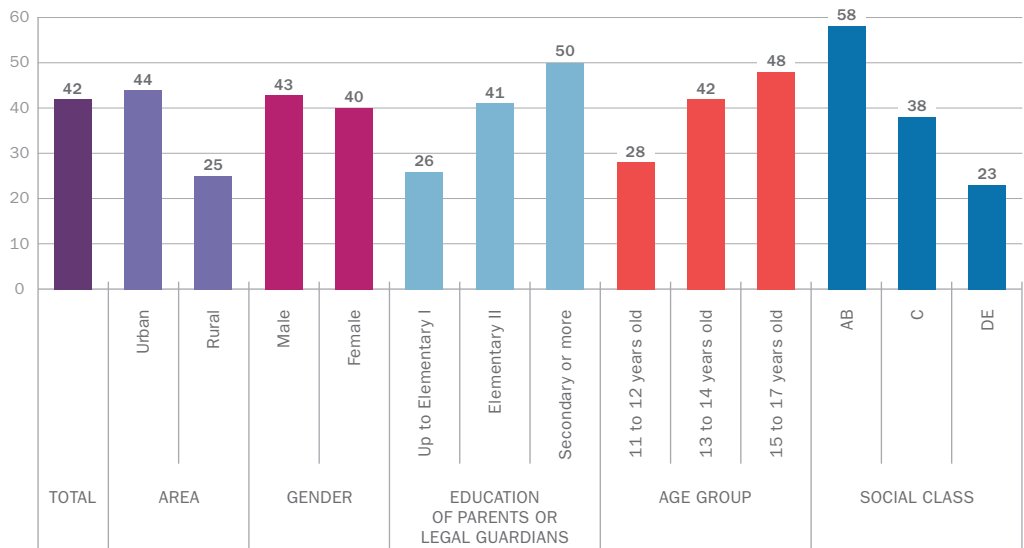


CHART 17
PROPORTION OF CHILDREN WHO SEARCHED FOR INFORMATION
ABOUT ANY BRAND OR PRODUCT ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS (2015)
Percentage of the total number of Internet users 11 to 17 years old



Around half of children aged 11 to 17 years who had a profile on social networking websites followed or liked advertising content (53%), and 21% shared this type of content on their networks. Only 16% blocked or unfollowed pages with this type of content.

Among older children aged 15 to 17 years, the practices of liking and following (60%) and blocking and unfollowing (17%) advertisements or products on social networking websites were more widespread. Only 10% of children aged 11 to 12 reported unfollowing or blocking certain advertising content on social networking websites; this indicates that resilience against this type of marketing communication is related to age. It is worth noting that the results were stable in relation to the previous edition of the survey (2014), taking the margins of sampling error for the indicator into account.

RISKY BEHAVIOR

The ICT Kids Online Brazil 2015 survey revealed that 20% of Internet users aged 9 to 17 said they had received offensive treatment on the Internet, especially 15- to 17-year-olds who reported feeling bothered online in some way (24%). There was little variation in the 2015 edition in estimates based on gender, family income and social class. Substantial differences were observed among children living in urban (21%) as opposed to rural (10%) areas.

In addition, 12% of children reported having behaved offensively toward others on the Internet. This type of behavior was reported by 13% of boys and 10% of girls, a difference that cannot be considered relevant according to the margins of sampling error.

Among the aspects receiving increasing attention in the field of protection of children's rights is the issue of privacy and protection of personal data. The results of the ICT Kids Online Brazil 2015 survey showed that 18% of Internet users aged 11 to 17 years posted something on the Internet and later regretted it. This percentage was higher among 15- to 17-year-olds: 25%. There was little variation between boys and girls, and topics related to security and privacy were not mentioned as much. Among Internet users aged 11 to 17 years, 7% said that someone pretended to be them on the Internet; 4% reported that someone used their information on the Internet in a way they did not like; and 3% said that someone used their password to access personal data on the Internet.

Finally, it is important to mention problems related to excessive Internet use: 22% of Internet users aged 11 to 17 years said they tried, unsuccessfully, to spend less time on the Internet; 20% felt bad at some point because they go not go online; and 18% stopped eating because of the Internet. Although the percentages were higher among older children, these kinds of reactions to Internet use among even younger children demand attention.

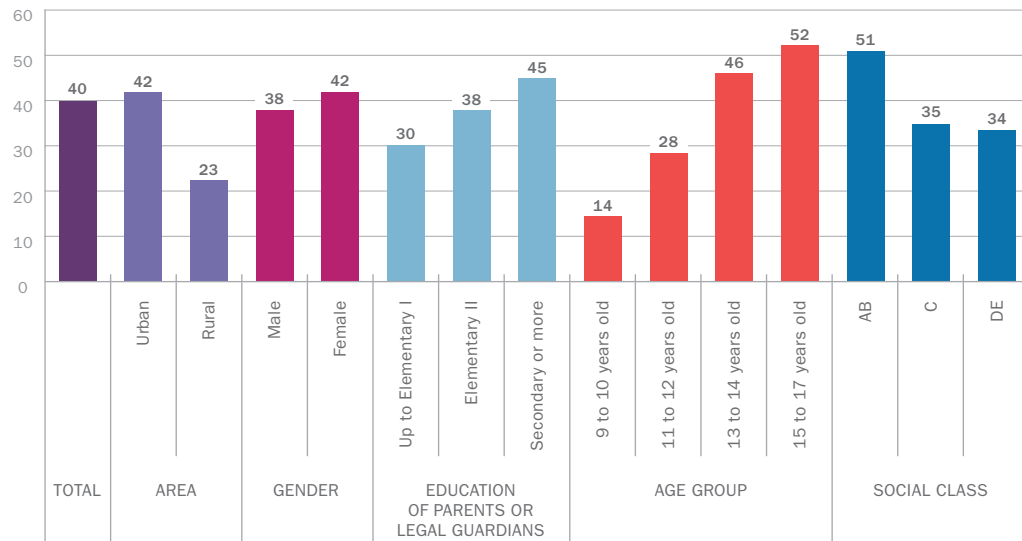
INTOLERANCE AND HATE SPEECH ON THE INTERNET

Another topic that has been highlighted in the discussion of protection of online rights is intolerance and hate speech on the Internet, which is one type of information that warrants legitimate restriction under international standards of human rights and freedom of expression (RUE, 2011).

In its fourth edition, the ICT Kids Online Brazil survey included new questions related to discriminatory content, in order to further investigate this issue. The 2015 edition indicated that among children who were Internet users, 40% saw someone being discriminated against online in the 12 months prior to the interview, equivalent to 9.3 million children – an aspect that is one of the most-cited possible risks investigated by the survey (Chart 18). Exposure to instances of discrimination was least cited among younger age groups: 14% among 9- to 10-year-olds and 28% among 11- to 12-year-olds. This proportion was higher among older children, reaching 52% among children aged 15 to 17 years.

Variables associated with the socioeconomic status of the household, such as social class and level of education of parents or legal guardians, also seem to contribute to the recognition of cases of discrimination, which was most cited among Internet users from classes AB (51%) and among those whose parents had more than Secondary Education (45%).

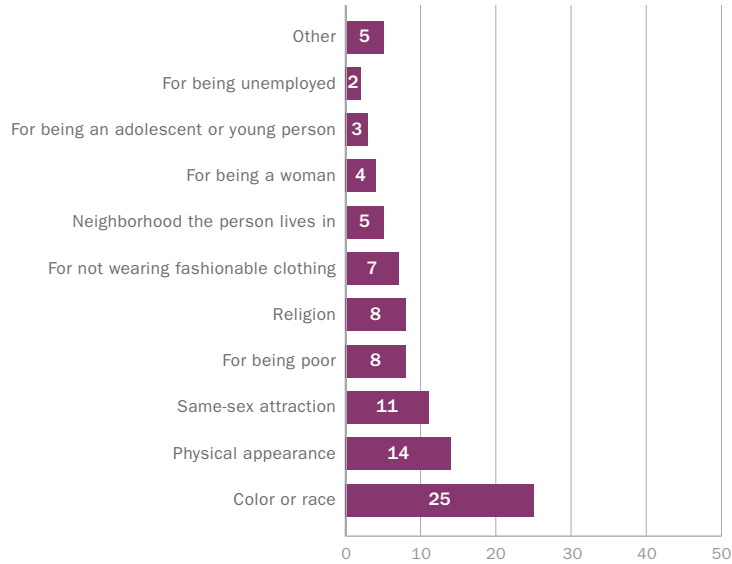
CHART 18
PROPORTION OF CHILDREN WHO WITNESSED SOMEONE BEING DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



Among the types of discrimination witnessed, prejudice based on color or race was mentioned the most: 25% (Chart 19). Although mentioned little by children aged 9 to 10 years (8%), it rose to 33% among children aged 15 to 17 years. There were no relevant differences in the proportion of exposure to cases of discrimination according to gender and the educational level of parents or legal guardians.

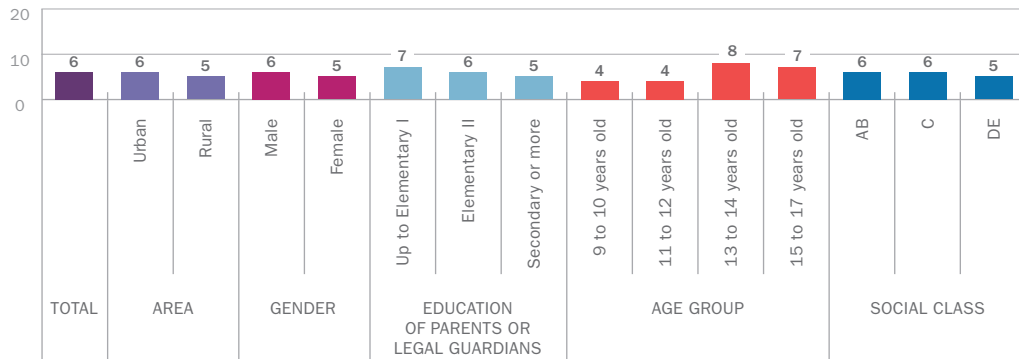
Other forms of discrimination were cited at lower levels, especially concerning physical appearance (14%) and same-sex attraction (11%). Discrimination against women was recognized by a small proportion of children (4%), although gender issues permeate other related forms of discrimination.

CHART 19
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED
ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



The survey also revealed that 6% of children felt discriminated against on the Internet in the last year (Chart 20), which included the percentage of individuals who reported actually having been affected by this type of intolerance. The low percentage of respondents prevented a more detailed analysis of the profile of children who felt discriminated against in the online environment. However, regarding events that could be potentially harmful to the development of children, examining these results over the course of the editions could yield important evidence as to the impact of hate speech among this population.

CHART 20
PROPORTION OF CHILDREN WHO FELT DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET
IN THE LAST 12 MONTHS (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



INTERNET USE MEDIATION

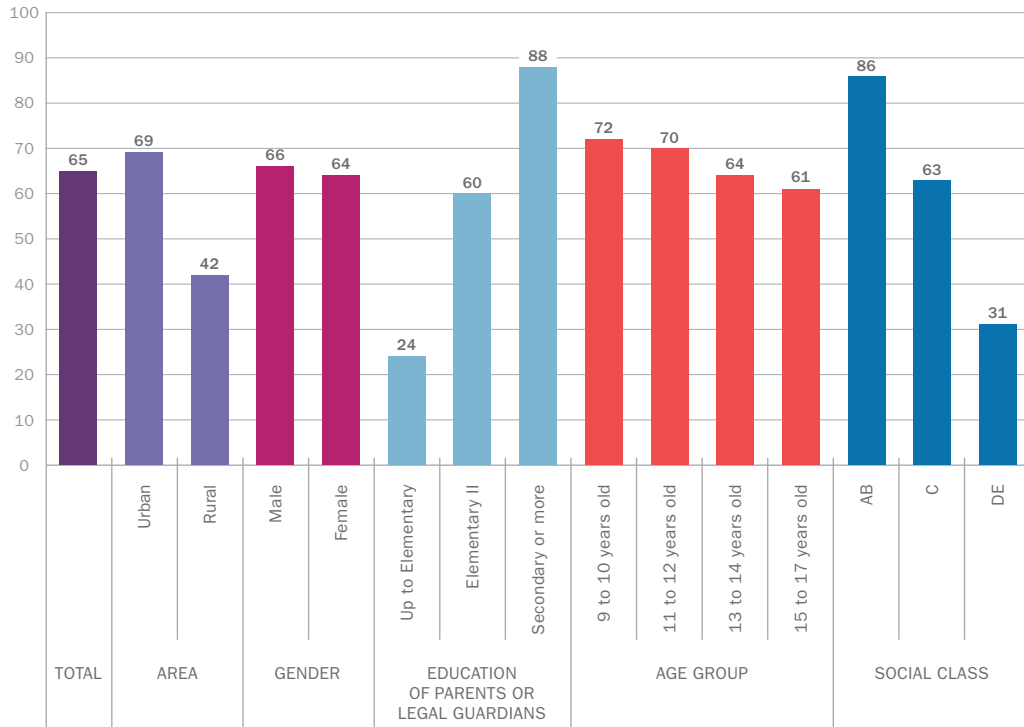
PARENTAL MEDIATION: CONTEXT AND PERCEPTIONS

Similar to Internet access and use by children, their online experiences occur within a social context of use mediated by parents, relatives and peers, and different actors in the school environment (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014). As of its first edition, the ICT Kids Online Brazil survey has produced estimates through interviews with parents and legal guardians in selected households¹⁵. Given the important role played by parental mediation in the discussion of online socialization of children, the survey also sought to understand mediation strategies employed the most and identify barriers to and motivations for implementing such practices.

Internet use by parents and legal guardians has also been shown to be an important influence on the mediation strategies they employ (CGI.br, 2014). The 2015 survey confirmed that digital exclusion among parents and legal guardians warrants attention in public policies: In 2015, six out of ten parents or legal guardians (65%) of young Internet users reported having used the Internet in the three months prior to the survey (Chart 21). Although the proportion has risen compared to previous years (50% in 2014, 51% in 2013 and 47% in 2012), data revealed that the smallest percentages of parents and legal guardians who were Internet users were in rural areas (42%), among those from classes DE (31%), and among those with less education (24% up to Elementary Education I).

¹⁵ Priority was given to interviewing the person responsible who could best describe the child's relationship with the Internet. Parents or legal guardians are considered responding units, but do not represent the overall population of parents and legal guardians residing in permanent private households in Brazil, due to the way they were selected to respond to the survey (association with the responding unit child). More information in the Methodological Report.

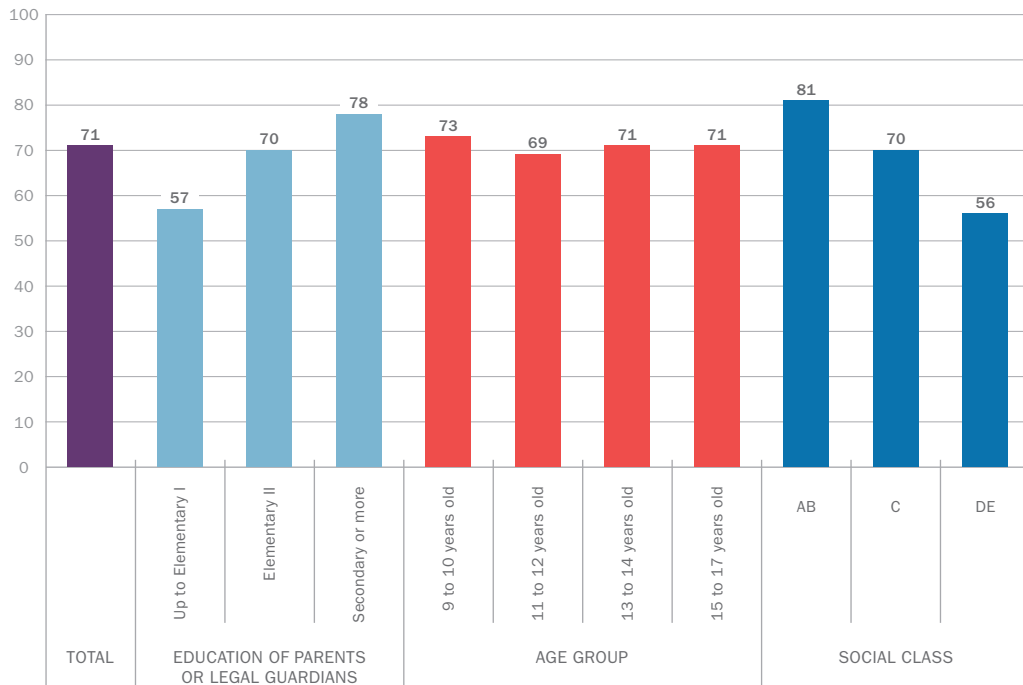
CHART 21
PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
ACCESSED THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



The perception of online risk by parents and legal guardians is generally low. The 2015 edition showed that 71% of parents and legal guardians felt that their children used the Internet safely (Chart 22) – a stable proportion in relation to previous editions of the survey. Perception of safety was greater among parents and legal guardians from classes AB (81%) and those with a higher level of education (78% of parents with Secondary Education or more). Perception of their children's safety was also higher in the strata where Internet use was more widespread (higher social classes and among people with a higher level of education), which may indicate that the online experience of parents and legal guardians may be relevant to explaining mediation strategies.

Traditional media, such as TV, radio, newspapers and magazines, were the primary information sources used to search for information on safe Internet use; they were cited by 53% of parents and legal guardians, even more so among individuals with a higher level of education (62% among those with Secondary Education or more). Searching for information on safe Internet use among relatives and friends (51%) and by children themselves (49%) was considerable. There were fewer mentions of schools (36%) and Internet service providers (32%), which indicates the need to broaden the discussion of the impact of the Internet through public policies, but also through actions in the private sector.

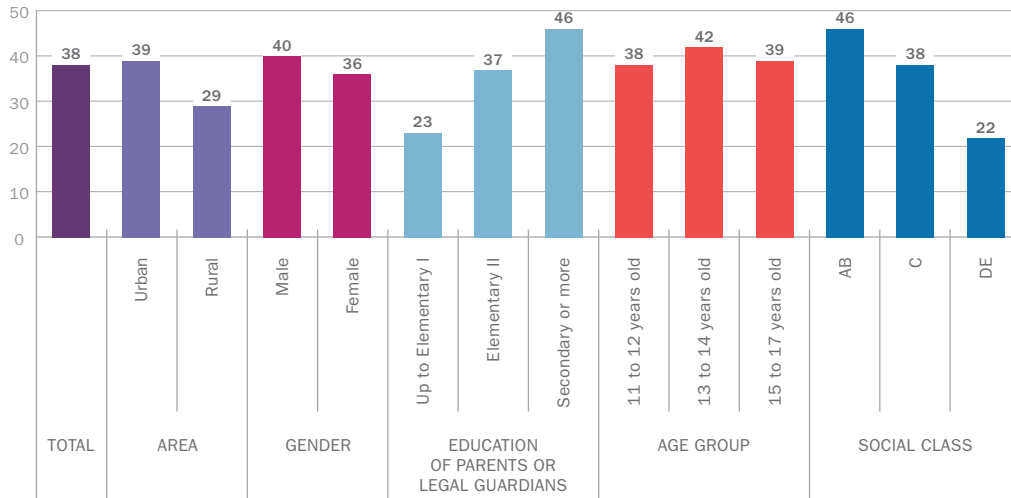
CHART 22
PROPORTION OF CHILDREN USING THE INTERNET SAFELY,
AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS (2015)
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



Despite the positive perception that children are using the Internet safely, the percentage of parents and legal guardians who mentioned that their children came in contact with inappropriate online advertising (38%) is considerable, being also at a similar level among parents and legal guardians for all the age groups investigated (Chart 23). It is important to note that among parents and legal guardians with a lower level of education (23%) and from classes DE (22%), concerns about the appropriateness of advertising content was less intense.

The ICT Kids Online Brazil survey also collected data on the influence of children on household consumption, and pointed out that around one-third of parents and legal guardians reported requests from children for products advertised on the Internet. Such requests were lower in rural areas (10%) and among low-income families (13% among children whose family income was up to one minimum wage). No relevant differences were found when comparing the age groups of the children concerned. Among the requests for products attributed by parents and legal guardians to online advertising, the main ones were for electronic equipment (20%) and clothing and shoes (16%).

CHART 23
PROPORTION OF CHILDREN WHO WERE EXPOSED TO ONLINE ADVERTISING
CONSIDERED INAPPROPRIATE FOR THEIR AGE, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
Percentage of the total number of Internet users from 9 to 17 years old



STRATEGIES USED

As of its first edition, the ICT Kids Online Brazil survey has investigated the nature of the most employed strategies by parents and legal guardians to mediate the Internet use of their children, whether by simple restriction or more interactive strategies. As a measurement framework, the survey adopted the classification of typologies for mediating Internet use developed by the EU Kids Online network (HELSPER et al, 2013): a) mediation of active Internet use; b) mediation of safe Internet use; c) restrictive mediation; d) technical restrictions; and e) monitoring of activities.

In 2015, the survey showed that a considerable proportion of parents and legal guardians mentioned active mediation strategies for Internet use: 78% explained to their children that some websites are appropriate and others are not; 74% taught their children how to behave with other people online; and 71% talked to their children about what they did on the Internet. To a lesser degree, strategies concerning the safe use of digital media by children were also mentioned: 67% taught ways to use the Internet safely; 65% explained what children should do if something bothered or disturbed them on the Internet; and 54% helped the child when something disturbing occurred.

Among more restrictive strategies, monitoring online practices of children and the use of blocking tools were mentioned. Such strategies were reported by an even smaller number of parents: 58% said they established rules for mobile phone use; 53% checked what the child was doing on the device; and 48% did not allow the child to use their phone for some period of time.

Overall, the results of the survey indicated that age group was the most relevant variable in explaining the use of different parental mediation strategies. No relevant differences were noted related to family income or the child's gender, although studies with a qualitative approach have pointed out that parental mediation can have different standards, according to variables such as the child's gender and the sociodemographic characteristics of the parents and legal guardians (TALVEZ; KALMUS, 2015).

FINAL CONSIDERATIONS: AGENDA FOR PUBLIC POLICIES

In its fourth consecutive edition, the ICT Kids Online Brazil survey consolidates itself as an important source of data for the design, implementation and evaluation of public policies. Rapid changes in the digital practices of the population – which are even more evident among children aged 9 to 17 years – pose a challenge to the protection and promotion of the rights of children. There is no doubt, however, that such challenges require a coordinated effort involving the government, the private sector, civil society, schools and families.

As has been seen, new problems that arise also coexist with the perpetuation of important inequalities in ICT access. Especially since it concerns school age children, digital exclusion of this audience can exacerbate inequalities in the future. If Internet access constitutes an important dimension of citizenship in the 21st century, its universalization among children must be treated as a priority.

While outlining online activities of girls and boys, the editions of the ICT Kids Online Brazil survey have also shown the growing importance of mobile devices, which have reshaped patterns of Internet use. Increased Internet use through mobile phones, along with the spread of social networking websites and instant messaging applications, have made the Internet increasingly ubiquitous and present in all areas of socialization.

On the other hand, the investigation of digital skills contributes to problematize the concept of “digital natives”. While technical skills spread very quickly among children, the ICT Kids Online Brazil survey shows that the presence of creative and critical skills in this population is stable. As institutions that affect and are affected by digital culture (CGI.br, 2016a), schools play a central role in the development of competencies that mitigate risks and provide greater access to opportunities offered by the Internet. The understanding that risks and opportunities go hand in hand is, therefore, key to educational policies. Just as opportunities are not immediately converted into tangible benefits, it is well-known that there are numerous factors that can transform risks into something that harm children's development.

While possibilities for free expression and participation of children in public discussions are growing rapidly, the Internet also brings about challenges, such as new privacy settings and an agenda to protect personal data. Although it is making headway in Congress, personal data protection legislation has yet to address the specificity of context in which children are inserted.

The intensification of intolerance and hate speech on the Internet is another issue that warrants careful consideration in public policies, and was one of the types of risk content most mentioned in the ICT Kids Online 2015 survey. Due to the more detailed monitoring of this issue in 2015, the survey also provides input for actions by the government and society to promote an inclusive Internet for all.

REFERENCES

BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Schools* – ICT in Education 2015. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2016a.

_____. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Households* – ICT Households 2015. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2016b.

_____. *Survey on Internet Use by Children in Brazil* – ICT Kids Online Brazil 2014. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2015. Available at: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf>. Accessed on: Sep 25, 2016.

_____. *Survey on Internet Use by Children in Brazil* – ICT Kids Online Brazil 2013. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2014. Available at: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2013.pdf>>. Accessed on: Sep 25, 2016.

_____. *Survey on Internet Use by Children in Brazil* – ICT Kids Online Brazil 2012. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2013a. Available at: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-kids-online-2012.pdf>>. Accessed on: Sep 25, 2016.

_____. *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazil* – ICT Households and Enterprises 2012. Coord. Alexandre F. Barbosa. São Paulo: CGI.br, 2013b. Available at: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-domicilios-e-empresas-2012.pdf>>. Accessed on: Sep 25, 2016.

BUCKINGHAM, D. *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo: Loyola, 2007.

DIAS, V. C. “*Morando na rede*”: novos modos de constituição de subjetividades de adolescentes nas redes sociais. PhD Thesis – Pontifical Catholic University of Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

DIMAGGIO, P.; HARGITAI, E.; CELESTE, C.; SHAFER, S. “From Unequal Access to Differentiated Use: Literature Review and Agenda for Research on Digital Inequality”. In. NECKERMAN, K. (org.). *Social Inequality*. New York: Russell Sage Foundation, 2004, p. 355-400.

GALPERIN, H.; MARISCAL, J.; BARRANTES, R. *The Internet and Poverty: Opening the Black Box*. Victoria: DIRSI, 2014.

HELSPER, E. J.; KALMUS, V.; HASEBRINK, U.; SAGVARI, B.; DE HAAN, J. *Country classification: opportunities, risks, harm and parental mediation*. London: EU Kids Online, 2013.

INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION (ITU). *Manual for measuring ICT access and use by households and individuals 2014*. Available at: <http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ITCMEAS-2014-PDF-E.pdf>. Accessed on: Sept 9, 2016.

LIVINGSTONE, S. “Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: teenagers’ use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression”. *New Media & Society*, v. 10, n. 3, 2008, p. 393-411.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. "Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet". *New Media & Society*, v. 12, n. 2, 2010, p. 309-329.

———. "Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide". *New Media & Society*, v. 9, n. 4, 2007.

LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. *EU Kids Online: Final report*. London: EU Kids Online, 2009. Available at: <<http://eprints.lse.ac.uk/24372/>>. Accessed on: Sep 25, 2016.

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

LIVINGSTONE, S.; MASCHERONI, G.; MURRU, M. F. *Social networking among European children: new findings on privacy, identity and connection*. London: EU Kids Online, 2011.

LIVINGSTONE, S.; KIRWIL, L.; PONTE, C.; STAKSRUD, E. "In their own words: What bothers children online?" *European Journal of Communication*, v. 29, n. 3, 2014, p. 271-288.

LIVINGSTONE, S.; MASCHERONI, G.; STAKSRUD, E. *Developing a framework for researching children's online risks and opportunities in Europe*. London: EU Kids Online, 2015.

MACEDO, N. M. R. "Você tem face?": sobre crianças e redes sociais online. PhD thesis – State University of Rio de Janeiro, 2014.

MASCHERONI, G.; CUMAN, A. *Net Children Go Mobile: Final report*. Milan: Net Children go Mobile, 2014.

MASCHERONI, G.; ÓLAFSSON, K. *Net Children Go Mobile: Risks and opportunities*. 2. ed. Milan: Net Children Go Mobile, 2014.

PETER, J.; VALKENBURG, P. M. "Adolescents' Internet Use: Testing the 'disappearing Digital Divide' versus the 'emerging Digital Differentiation' Approach". *Poetics*, v. 34, n. 4-5, 2006, p. 293-305.

PONTE, C.; SIMÕES, J. A. "Comparing results on Internet access and use: Brazil, Portugal and Europe". In: BRAZILIAN INTERNET STEERING COMMITTEE – CGI.br. *Survey on Internet Use by Children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2012*. São Paulo: CGI.br, 2013, p. 161-169.

RUE, F. L. *Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression*. United Nations, 2011.

SAMPAIO, I. V.; CAVALCANTE, A. P. *Publicidade infantil em tempos de convergência*. GRIM, 2016. Available at: <http://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/publicidade_infantil.pdf>. Accessed on: Sep 25, 2016.

SOZIO, M., PONTE, C., SAMPAIO, I., SENNE, F., ÓLAFSSON, K., ALVES, S.; GARROUX, C. *Children and Internet use: a comparative analysis of Brazil and seven European countries*. London: EU Kids Online, 2015.

TALVES, K.; KALMUS, V. (2015). "Gendered mediation of children's internet use: A keyhole for looking into changing socialization practices". *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, v. 9, n. 1. Available at: <<http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2015051404&article=4>>. Accessed on: Sep 27, 2016.

UNITED NATIONS CHILDREN'S FUND – UNICEF. *Kids Online: Chic@s conectados*. Investigación sobre percepciones y hábitos de niños, niñas y adolescentes en Internet y redes sociales. Buenos Aires: UNICEF, 2016.

VAN DEURSEN, A.; VAN DIJK, J. "The digital divide shifts to differences in usage". *New Media and Society*, Jun. 2013, p. 1-20.

VAN DEURSEN, A.; HELSPER, E. J.; EYNON, R.; VAN DIJK, J. *Compound and Sequential Digital Exclusion: Internet Skills, Uses and Outcomes*. In: 66TH ANNUAL ICA CONFERENCE, Fukuyama, 2016.

VAN DIJK, J. *The deepening divide: inequality in the information society*. London: Sage, 2005.

WEI, L.; HINDMAN, D. B. "Does the digital divide matter more? Comparing the effects of new media and old media use on the education-based knowledge gap". *Mass Communication and Society*, v. 14, n. 2, 2011, p. 216-235.

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 (%)		Telefone celular Mobile phone	Computador de mesa Desktop computer	Computador portátil Portable computer
TOTAL		85	41	35
ÁREA AREA	Urbana / Urban	86	43	36
	Rural / Rural	82	28	27
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	84	48	40
	Nordeste Northeast	89	35	32
	Sul South	77	39	36
	Norte North	90	29	18
	Centro-Oeste Center-West	88	41	31
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	83	42	37
	Feminino / Female	87	40	33
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	87	28	21
	Fundamental II Elementary II	83	41	30
	Médio ou mais Secondary or more	86	47	44
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	70	42	39
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	81	46	33
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	91	44	29
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	90	37	38
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	84	27	16
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	84	42	29
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	84	39	34
	Mais de 3 SM More than 3 MW	89	52	55
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	90	56	52
	C	82	37	30
	DE	86	27	17

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► 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 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual (%) Percentage (%)	Tablet Tablet	Videogame Game console	Televisão Television
TOTAL		21	11	11
ÁREA AREA	Urbana / Urban	22	12	12
	Rural / Rural	12	3	3
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	24	14	15
	Nordeste Northeast	21	8	8
	Sul South	23	11	10
	Norte North	9	5	5
	Centro-Oeste Center-West	16	13	9
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	22	19	12
	Feminino / Female	20	4	10
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	14	5	4
	Fundamental II Elementary II	20	9	8
	Médio ou mais Secondary or more	25	15	16
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	34	10	15
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	27	14	13
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	20	15	9
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	13	8	10
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	14	5	3
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	20	8	8
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	18	10	8
	Mais de 3 SM More than 3 MW	25	19	23
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	31	21	20
	C	17	8	8
	DE	14	5	2

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		WiFi Wi-Fi	3G ou 4G 3G or 4G
TOTAL		74	47
ÁREA AREA	Urbana / Urban	75	48
	Rural / Rural	65	40
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	75	47
	Nordeste Northeast	77	44
	Sul South	66	43
	Norte North	66	62
	Centro-Oeste Center-West	75	50
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	73	43
	Feminino / Female	74	51
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	70	45
	Fundamental II Elementary II	70	48
	Médio ou mais Secondary or more	77	47
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	62	28
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	71	40
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	82	46
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	74	59
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	68	42
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	69	48
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	73	44
	Mais de 3 SM More than 3 MW	83	51
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	85	50
	C	70	45
	DE	64	48

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

A1C PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO

PROPORTION OF CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Há menos de três meses (usuário) ² Less than three months ago (user) ²	Mais de três meses atrás More than three months ago	Nunca acessou a Internet Has never accessed the Internet
TOTAL		79	9	12
ÁREA AREA	Urbana / Urban	84	8	8
	Rural / Rural	56	16	28
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	88	7	5
	Nordeste Northeast	70	11	19
	Sul South	90	7	3
	Norte North	54	14	32
	Centro-Oeste Center-West	84	9	7
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	76	10	13
	Feminino / Female	81	8	11
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	62	15	23
	Fundamental II Elementary II	80	9	12
	Médio ou mais Secondary or more	90	5	5
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	63	10	27
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	73	12	14
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	87	5	8
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	86	9	5
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	58	15	27
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	77	11	12
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	91	6	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	95	3	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	97	2	1
	C	84	8	8
	DE	51	18	31

¹ Base: 29.648.072 crianças e adolescentes de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 29,648,072 children from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

² Considera-se "usuário" aquele que utilizou a Internet pelo menos uma vez nos três meses que antecederam a entrevista.

² A 'user' is considered to be someone who used the Internet at least once in the three months preceding the interview.

CONTINUA/CONTINUES ►

A1D PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Porcentagem (%)		Porque não tem Internet na minha casa No Internet at home	Porque não tem Internet em nenhum lugar que costuma ir No Internet in places they usually go	Porque não sabe usar a Internet Does not know how to use the Internet
TOTAL		15	10	9
ÁREA AREA	Urbana / Urban	11	6	7
	Rural / Rural	32	25	18
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	9	6	4
	Nordeste Northeast	21	13	16
	Sul South	8	5	2
	Norte North	32	20	15
	Centro-Oeste Center-West	11	6	5
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	17	11	11
	Feminino / Female	13	9	7
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	30	19	18
	Fundamental II Elementary II	12	8	6
	Médio ou mais Secondary or more	6	5	4
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	25	14	18
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	19	13	11
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	10	7	5
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	10	8	5
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	32	20	22
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	16	11	7
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	5	4	4
	Mais de 3 SM More than 3 MW	3	2	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	2	1	2
	C	11	7	6
	DE	37	24	22

¹ Base: 29.648.072 crianças e adolescentes de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 29,648,072 children from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

A1D PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNETPERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Porque não pode usar a Internet na escola Cannot use the Internet at school	Porque não tem vontade de usar a Internet Does not feel like using the Internet	Porque a Internet não é para pessoas da idade dele(a) The Internet is not for people their age
TOTAL		8	7	7
ÁREA AREA	Urbana / Urban	5	5	6
	Rural / Rural	19	13	13
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	5	4	5
	Nordeste Northeast	11	10	11
	Sul South	3	2	1
	Norte North	14	15	14
	Centro-Oeste Center-West	6	4	5
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	9	7	8
	Feminino / Female	6	6	6
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	15	12	12
	Fundamental II Elementary II	5	6	7
	Médio ou mais Secondary or more	4	4	4
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	13	11	16
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	11	9	8
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	5	4	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	4	4	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	17	15	14
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	9	6	7
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	1	4	5
	Mais de 3 SM More than 3 MW	2	1	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	1	1
	C	5	4	5
	DE	19	18	17

¹ Base: 29.648.072 crianças e adolescentes de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 29,648,072 children from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

A1D PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Porque seus pais ou as pessoas que cuidam dele(a) não deixam <i>Parents or those taking care of them do not allow it</i>	Porque os amigos não usam <i>Friends do not use it</i>	Ele(a) usava, mas tiveram coisas que o(a) chatearam ou incomodaram <i>Used to use it, but there were things that bothered or upset them</i>
TOTAL		6	4	3
ÁREA AREA	Urbana / Urban	4	3	2
	Rural / Rural	11	11	8
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	2	2	1
	Nordeste Northeast	11	5	6
	Sul South	0	1	0
	Norte North	11	11	6
	Centro-Oeste Center-West	3	6	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	6	5	4
	Feminino / Female	5	3	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	11	9	7
	Fundamental II Elementary II	6	3	2
	Médio ou mais Secondary or more	2	1	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	11	8	4
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	7	6	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	2	3	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	4	1	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	14	9	7
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	5	3	2
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	2	3	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	1	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	0	1
	C	3	3	3
	DE	15	11	7

¹ Base: 29.648.072 crianças e adolescentes de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 29,648,072 children from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A1D PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNETPERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual (%) Percentage (%)	Por causa da religião For religious reasons	Outro motivo Another reason
TOTAL		3	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	2	1
	Rural / Rural	5	2
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	1	1
	Nordeste Northeast	4	0
	Sul South	2	0
	Norte North	4	2
	Centro-Oeste Center-West	3	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	2	1
	Feminino / Female	3	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	5	1
	Fundamental II Elementary II	2	2
	Médio ou mais Secondary or more	1	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	5	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	4	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	1	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	6	2
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	2	1
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	1	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	0
	C	1	1
	DE	8	1

¹ Base: 29.648.072 crianças e adolescentes de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.¹ Basis: 29,648,072 children from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

CONTINUA/CONTINUES ►

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 de casa ou outro lugar que não seja o quarto <i>Living room or another room that is not the child's bedroom</i>	Casa de outra pessoa <i>Someone else's house</i>	Quarto <i>Bedroom</i>	Escola <i>School</i>
TOTAL		81	75	63	32
ÁREA <i>AREA</i>	Urbana / <i>Urban</i>	85	76	66	32
	Rural / <i>Rural</i>	57	69	40	29
REGIÃO <i>REGION</i>	Sudeste <i>Southeast</i>	83	77	69	36
	Nordeste <i>Northeast</i>	79	76	56	27
	Sul <i>South</i>	81	72	64	34
	Norte <i>North</i>	75	67	52	25
	Centro-Oeste <i>Center-West</i>	84	73	62	29
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>SEX OF CHILD</i>	Masculino / <i>Male</i>	78	74	62	31
	Feminino / <i>Female</i>	85	76	63	33
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS <i>EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	72	71	53	33
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	79	74	55	28
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	87	77	72	33
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>	80	65	48	14
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	77	68	49	22
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	82	76	62	29
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	83	81	76	46
RENDA FAMILIAR <i>FAMILY INCOME</i>	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	70	70	44	27
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>1MW to 2MW</i>	79	72	56	30
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>2MW to 3MW</i>	80	74	70	34
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	92	83	77	37
CLASSE SOCIAL <i>SOCIAL CLASS</i>	AB	93	81	81	34
	C	78	73	58	31
	DE	70	69	43	32

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rotodizadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► 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 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Em deslocamento On the move	Centro público de acesso pago Paid public access center	Centro público de acesso gratuito Free public access center	Outro lugar Another location
TOTAL		32	19	9	34
ÁREA AREA	Urbana / Urban	32	19	10	36
	Rural / Rural	31	16	4	26
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	37	17	12	36
	Nordeste Northeast	24	19	5	30
	Sul South	33	19	9	38
	Norte North	24	23	13	31
	Centro-Oeste Center-West	37	21	9	40
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	29	22	9	34
	Feminino / Female	35	15	10	35
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	27	20	8	30
	Fundamental II Elementary II	31	16	11	30
	Médio ou mais Secondary or more	35	19	9	39
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	17	8	4	17
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	23	16	7	21
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	33	21	7	34
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	43	23	14	49
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	24	22	8	23
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	30	20	10	30
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	33	17	8	38
	Mais de 3 SM More than 3 MW	40	15	10	43
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	39	17	11	46
	C	30	19	9	30
	DE	23	19	8	26

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rotodizadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

CONTINUA/CONTINUES ►

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 (%)		Mais de uma vez por dia More than once a day	Pelo menos uma vez por dia At least once a day	Pelo menos uma vez por semana At least once a week	Pelo menos uma vez por mês At least once a month
TOTAL		68	16	11	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	72	15	10	1
	Rural / Rural	44	24	22	7
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	76	13	8	2
	Nordeste Northeast	61	23	13	1
	Sul South	66	12	13	3
	Norte North	50	23	18	5
	Centro-Oeste Center-West	75	9	11	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	68	17	11	2
	Feminino / Female	69	15	11	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	56	23	14	4
	Fundamental II Elementary II	65	16	13	2
	Médio ou mais Secondary or more	75	13	9	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	55	22	12	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	58	17	17	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	70	15	12	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	78	14	7	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	55	22	19	3
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	63	18	12	3
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	73	15	9	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	79	10	8	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	80	10	8	1
	C	67	17	11	3
	DE	51	24	17	3

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

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 (%)		Menos de uma vez por mês Less than once a month	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		2	0	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	2	0	0
	Rural / Rural	2	1	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	1	0	0
	Nordeste Northeast	3	0	0
	Sul South	4	2	0
	Norte North	4	0	0
	Centro-Oeste Center-West	1	1	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	2	1	0
	Feminino / Female	2	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	3	1	0
	Fundamental II Elementary II	3	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	1	0	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	4	2	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	4	1	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	2	0	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	3	1	0
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	1	1	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	1	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	0	0
	C	2	1	0
	DE	5	0	0

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

CONTINUA/CONTINUES ►

B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT 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 (%)		Pesquisou coisas na Internet para fazer trabalhos da escola Looked up information on the Internet for schoolwork	Enviou mensagens instantâneas Used instant messaging	Usou redes sociais Used social networking websites	Baixou aplicativos Downloaded applications
TOTAL		80	79	79	75
ÁREA AREA	Urbana / Urban	82	80	81	77
	Rural / Rural	66	72	67	66
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	84	81	82	78
	Nordeste Northeast	77	77	79	75
	Sul South	77	79	80	75
	Norte North	76	71	65	67
	Centro-Oeste Center-West	75	79	76	75
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	75	78	78	81
	Feminino / Female	84	80	80	70
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	72	75	75	69
	Fundamental II Elementary II	78	76	79	72
	Médio ou mais Secondary or more	84	82	80	80
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	68	59	47	62
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	81	72	68	69
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	83	85	88	79
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	82	87	91	82
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	73	71	74	70
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	79	78	75	72
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	81	79	82	77
	Mais de 3 SM More than 3 MW	86	86	84	82
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	87	89	87	82
	C	78	77	76	74
	DE	71	67	74	66

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rotodizadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT 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 (%)		Pesquisou coisas na Internet por curiosidade ou por vontade própria Looked up information on the Internet out of curiosity or personal desire	Assistiu a vídeos, programas, filmes ou séries on-line Watched video clips, shows, movies or TV series online	Ouviu música on-line Listened to music online	Postou na Internet uma foto ou vídeo em que você aparece Posted a photo or video on the Internet in which the child appears
TOTAL		68	63	59	56
ÁREA AREA	Urbana / Urban	70	66	61	58
	Rural / Rural	55	37	47	45
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	71	70	65	59
	Nordeste Northeast	64	56	51	56
	Sul South	74	59	68	56
	Norte North	62	50	42	48
	Centro-Oeste Center-West	66	65	61	51
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	69	68	60	51
	Feminino / Female	67	58	59	61
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	57	46	52	55
	Fundamental II Elementary II	68	62	56	54
	Médio ou mais Secondary or more	74	71	65	58
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	51	54	52	32
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	62	60	49	46
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	70	63	59	58
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	78	67	68	71
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	57	48	46	52
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	64	58	55	54
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	71	70	66	59
	Mais de 3 SM More than 3 MW	79	71	70	62
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	79	77	71	64
	C	67	60	58	53
	DE	53	46	41	54

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rotacionadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT 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 (%)		Baixou músicas ou filmes Downloaded music or films	Compartilhou na Internet um texto, imagem ou vídeo Shared a text, image or video on the Internet	Jogou on-line, não conectado com outros jogadores Played games online without other players	Leu ou assistiu a notícias on-line Read or watched the news online
TOTAL		55	52	46	46
ÁREA AREA	Urbana / Urban	57	54	48	48
	Rural / Rural	45	42	36	30
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	55	54	49	50
	Nordeste Northeast	54	50	42	41
	Sul South	54	54	50	48
	Norte North	55	47	34	37
	Centro-Oeste Center-West	60	55	52	47
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	56	47	52	46
	Feminino / Female	54	57	41	46
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	52	47	39	38
	Fundamental II Elementary II	57	51	45	41
	Médio ou mais Secondary or more	56	55	51	52
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	33	27	60	26
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	43	42	54	32
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	58	58	46	47
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	69	65	37	60
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	51	44	35	31
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	53	50	44	43
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	56	56	47	50
	Mais de 3 SM More than 3 MW	63	58	57	58
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	61	60	56	58
	C	54	50	45	42
	DE	48	47	32	37

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT 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 (%)		Jogou on-line, conectado com outros jogadores Played games online with other players	Postou na Internet um texto, imagem ou vídeo que você mesmo fez Posted a text, image or video prepared by the child	Usou mapas on-line Used online maps
TOTAL		38	37	32
ÁREA AREA	Urbana / Urban	41	38	34
	Rural / Rural	18	30	24
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	44	39	36
	Nordeste Northeast	30	36	29
	Sul South	41	35	36
	Norte North	33	34	22
	Centro-Oeste Center-West	39	33	31
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	58	31	38
	Feminino / Female	19	43	27
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	26	34	28
	Fundamental II Elementary II	35	35	24
	Médio ou mais Secondary or more	46	39	38
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	33	20	16
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	42	28	26
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	40	42	33
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	38	45	42
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	21	35	23
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	38	36	28
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	45	38	40
	Mais de 3 SM More than 3 MW	46	41	37
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	51	43	42
	C	36	35	31
	DE	23	33	21

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

B1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT 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 (%)		Postou ou compartilhou na Internet o lugar onde estava Posted or shared their location on the Internet	Conversou por chamada de vídeo Talked using video call	Comprou coisas na Internet Bought things through the Internet
TOTAL		30	22	13
ÁREA AREA	Urbana / Urban	32	23	14
	Rural / Rural	17	15	4
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	33	27	18
	Nordeste Northeast	25	14	9
	Sul South	34	25	11
	Norte North	29	9	4
	Centro-Oeste Center-West	24	25	11
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	29	26	16
	Feminino / Female	31	17	10
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	26	13	8
	Fundamental II Elementary II	33	18	10
	Médio ou mais Secondary or more	30	28	17
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	20	12	6
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	22	18	7
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	26	21	11
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	40	27	20
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	23	12	6
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	30	19	10
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	33	27	14
	Mais de 3 SM More than 3 MW	32	27	19
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	34	31	20
	C	29	20	11
	DE	23	11	6

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

C1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL EM REDES SOCIAIS

PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON SOCIAL NETWORKING WEBSITES

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
TOTAL		87	13
ÁREA AREA	Urbana / Urban	87	13
	Rural / Rural	83	17
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	89	11
	Nordeste Northeast	87	13
	Sul South	85	15
	Norte North	77	23
	Centro-Oeste Center-West	86	14
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	86	14
	Feminino / Female	88	12
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	83	17
	Fundamental II Elementary II	87	13
	Médio ou mais Secondary or more	88	12
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	63	37
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	79	21
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	93	7
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	96	4
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	84	16
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	82	18
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	92	8
	Mais de 3 SM More than 3 MW	91	9
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	93	7
	C	85	15
	DE	80	20

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

C3 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR REDE SOCIAIS EM QUE POSSUEM PERFIL
PROPORTION OF CHILDREN BY SOCIAL NETWORKING WEBSITE IN WHICH THEY HAVE THEIR OWN PROFILE
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 (%)		Facebook	WhatsApp	Instagram	Snapchat	Twitter	Outra Other
TOTAL		79	71	37	27	20	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	80	72	39	29	21	2
	Rural / Rural	70	63	24	10	8	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	82	73	41	32	22	2
	Nordeste Northeast	78	69	33	21	14	1
	Sul South	78	67	35	27	26	3
	Norte North	65	67	26	14	13	0
	Centro-Oeste Center-West	77	74	37	32	19	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	79	69	33	22	19	2
	Feminino / Female	78	72	41	32	20	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	74	67	29	20	11	1
	Fundamental II Elementary II	80	69	31	23	15	1
	Médio ou mais Secondary or more	80	73	43	32	26	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	50	47	14	8	4	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	67	60	23	17	11	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	86	77	42	32	24	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	92	82	50	36	28	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	75	61	24	11	9	2
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	74	68	32	20	15	1
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	85	70	35	27	24	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	82	80	52	43	30	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	86	83	54	45	31	2
	C	77	67	31	20	17	2
	DE	70	59	23	14	7	1

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

C4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM NO SEU PERFIL DE 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 EM REDE SOCIAL^{1 2}PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON A SOCIAL NETWORKING WEBSITE^{1 2}

Percentual (%) Percentage (%)		Até 10 Up to 10	De 11 a 50 11 to 50	De 51 a 100 51 to 100	De 101 a 300 101 to 300	De 301 a 500 301 to 500
TOTAL		5	13	11	17	13
ÁREA AREA	Urbana / Urban	4	13	11	17	13
	Rural / Rural	5	18	11	15	9
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	3	13	10	18	15
	Nordeste Northeast	7	12	12	16	11
	Sul South	4	15	11	17	12
	Norte North	5	12	16	16	6
	Centro-Oeste Center-West	8	14	13	14	9
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	4	15	12	17	15
	Feminino / Female	5	11	11	17	10
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	6	12	8	14	10
	Fundamental II Elementary II	4	14	13	16	10
	Médio ou mais Secondary or more	4	13	12	19	15
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	15	25	14	13	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	6	21	18	18	9
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	4	13	11	21	16
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	7	8	15	15
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	7	11	11	16	12
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	4	13	13	18	9
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	3	16	10	11	19
	Mais de 3 SM More than 3 MW	4	13	12	20	12
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	3	13	10	20	12
	C	5	13	11	17	13
	DE	8	12	13	12	11

¹ Base: 20.297.972 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil em rede social. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 20,297,972 Internet users from 9 to 17 years old who have a profile on a social networking website. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

² Considerando apenas Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat.

² Considering only Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR NÚMERO DE CONTATOS QUE POSSUEM NO SEU PERFIL DE 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 EM REDE SOCIAL^{1,2}

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON A SOCIAL NETWORKING WEBSITE^{1,2}

Percentual (%) Porcentagem (%)		De 501 ou mais More than 500	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		30	4	0	7
ÁREA AREA	Urbana / Urban	31	4	0	6
	Rural / Rural	25	2	0	14
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	32	3	0	6
	Nordeste Northeast	28	4	0	9
	Sul South	30	5	0	6
	Norte North	30	2	0	13
	Centro-Oeste Center-West	31	7	0	5
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	27	4	0	6
	Feminino / Female	34	4	0	8
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	34	5	0	10
	Fundamental II Elementary II	32	4	0	7
	Médio ou mais Secondary or more	27	3	0	6
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	4	6	0	19
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	11	6	0	11
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	26	3	0	6
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	48	3	0	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	27	5	0	10
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	32	4	0	7
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	30	5	1	6
	Mais de 3 SM More than 3 MW	29	3	0	6
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	32	4	0	6
	C	30	4	0	7
	DE	29	4	0	11

¹ Base: 20.297.972 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil em rede social. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 20,297,972 Internet users from 9 to 17 years old who have a profile on a social networking website. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

² Considerando apenas Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat.

² Considering only Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat.

05 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 EM REDE SOCIAL^{1,2}

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON A SOCIAL NETWORKING WEBSITE^{1,2}

	Percentual (%) Percentage (%)	Público Public	Privado Private	Parcialmente privado Partially private
TOTAL		47	33	11
ÁREA AREA	Urbana / Urban	47	34	11
	Rural / Rural	44	31	10
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	49	30	14
	Nordeste Northeast	43	38	8
	Sul South	47	37	7
	Norte North	42	27	18
	Centro-Oeste Center-West	51	34	10
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	54	27	11
	Feminino / Female	40	39	11
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	50	29	9
	Fundamental II Elementary II	51	32	9
	Médio ou mais Secondary or more	44	36	13
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	35	31	12
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	51	32	5
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	48	35	9
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	48	33	15
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	49	31	10
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	49	31	11
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	47	31	14
	Mais de 3 SM More than 3 MW	44	38	9
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	44	40	9
	C	50	29	13
	DE	43	35	10

¹ Base: 20.297.972 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil em rede social. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Base: 20,297,972 Internet users from 9 to 17 years old who have a profile on a social networking website. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

² Considerando apenas Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat.

² Considering only Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

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 EM REDE SOCIAL^{1 2}
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON A SOCIAL NETWORKING WEBSITE^{1 2}

Percentual (%) Percentage (%)		Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		1	0	7
ÁREA AREA	Urbana / Urban	1	0	6
	Rural / Rural	1	0	14
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	1	0	6
	Nordeste Northeast	1	1	9
	Sul South	3	0	6
	Norte North	0	0	13
	Centro-Oeste Center-West	1	0	5
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	1	0	6
	Feminino / Female	1	0	8
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	0	10
	Fundamental II Elementary II	1	0	7
	Médio ou mais Secondary or more	1	0	6
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	4	0	19
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	0	11
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	1	1	6
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	0	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	1	0	10
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	2	0	7
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	1	0	6
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	0	6
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	0	6
	C	1	0	7
	DE	1	0	11

¹ Base: 20.297.972 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil em rede social. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Base: 20,297,972 Internet users from 9 to 17 years old who have a profile on a social networking website. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

² Considerando apenas Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat.

² Considering only Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat.

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 EM REDE SOCIAL^{1 2}
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON A SOCIAL NETWORKING WEBSITE^{1 2}

Percentual (%) Percentage (%)		Uma foto que mostra bem o seu rosto Photo that clearly shows the face	Seu sobrenome Last name	O nome da sua escola Name of the child's school
TOTAL		80	75	41
ÁREA AREA	Urbana / Urban	80	76	42
	Rural / Rural	73	71	39
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	80	77	44
	Nordeste Northeast	82	73	43
	Sul South	75	80	41
	Norte North	74	71	33
	Centro-Oeste Center-West	84	73	31
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	80	79	44
	Feminino / Female	79	72	39
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	83	74	49
	Fundamental II Elementary II	83	78	40
	Médio ou mais Secondary or more	76	75	39
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	67	66	17
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	72	69	31
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	82	77	43
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	85	80	52
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	80	75	41
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	84	73	44
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	75	80	37
	Mais de 3 SM More than 3 MW	78	74	41
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	78	75	44
	C	80	76	39
	DE	82	73	44

¹ Base: 20.297.972 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil em rede social. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

² Basis: 20,297,972 Internet users from 9 to 17 years old who have a profile on a social networking website. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

³ Considerando apenas Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat.

² Considering only Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat.

► 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 EM REDE SOCIAL^{1 2}
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE THEIR OWN PROFILE ON A SOCIAL NETWORKING WEBSITE^{1 2}

Percentual (%) Percentage (%)		Uma idade que não é a sua de verdade An age that is not the real one	Seu número de telefone Phone number	Seu endereço Address
TOTAL		37	30	21
ÁREA AREA	Urbana / Urban	37	29	20
	Rural / Rural	38	33	30
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	41	24	18
	Nordeste Northeast	36	35	22
	Sul South	34	31	27
	Norte North	25	28	23
	Centro-Oeste Center-West	31	42	20
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	39	34	26
	Feminino / Female	34	26	17
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	32	37	28
	Fundamental II Elementary II	36	31	26
	Médio ou mais Secondary or more	39	26	15
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	42	12	13
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	55	23	17
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	41	36	21
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	25	34	25
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	36	32	26
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	38	34	23
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	39	29	22
	Mais de 3 SM More than 3 MW	35	25	18
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	35	24	14
	C	38	32	23
	DE	34	36	30

¹ Base: 20.297.972 usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil em rede social. Respostas estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 20,297,972 Internet users from 9 to 17 years old who have a profile on a social networking website. Stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

² Considerando apenas Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat.

² Considering only Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat.

D1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O 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 pessoas da sua idade There are a lot of things on the Internet that are good for children of the same age				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		83	7	9	1	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	83	7	8	1	0
	Rural / Rural	81	8	10	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	84	7	8	1	0
	Nordeste Northeast	85	6	8	1	0
	Sul South	85	6	8	1	0
	Norte North	72	14	14	0	1
	Centro-Oeste Center-West	77	11	11	0	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	85	6	8	0	0
	Feminino / Female	81	9	9	1	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	81	6	11	1	0
	Fundamental II Elementary II	79	9	11	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	86	7	6	0	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	75	11	12	1	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	83	7	9	1	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	87	6	7	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	82	5	11	2	0
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	79	9	12	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	84	8	7	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	88	7	5	0	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	85	8	6	0	0
	C	84	7	8	1	0
	DE	77	7	14	1	1

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodziadas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.¹ Base: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY PERCEPTION REGARDING THEIR 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 (%)		Sabe mais sobre a Internet do que seus pais Knows more about the Internet than their parents				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		75	8	16	0	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	75	8	16	0	0
	Rural / Rural	77	6	16	1	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	79	7	13	1	0
	Nordeste Northeast	76	5	18	0	0
	Sul South	74	9	16	1	0
	Norte North	57	18	24	0	1
	Centro-Oeste Center-West	76	8	15	0	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	76	6	17	1	0
	Feminino / Female	75	9	15	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	81	6	12	1	0
	Fundamental II Elementary II	73	10	16	1	0
	Médio ou mais Secondary or more	74	7	18	0	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	63	10	25	1	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	75	9	16	0	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	82	6	12	1	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	75	8	17	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	76	6	17	1	0
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	76	5	18	1	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	76	11	11	0	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	75	10	14	0	0
	C	77	7	16	1	0
	DE	73	6	20	0	1

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Base: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O 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				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		68	17	14	0	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	69	17	14	0	0
	Rural / Rural	65	22	13	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	71	18	10	0	0
	Nordeste Northeast	68	15	17	0	0
	Sul South	67	19	13	1	0
	Norte North	56	22	22	0	1
	Centro-Oeste Center-West	68	12	19	0	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	73	15	11	0	0
	Feminino / Female	64	19	17	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	66	18	16	0	0
	Fundamental II Elementary II	69	13	17	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	69	19	11	0	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	60	16	23	0	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	72	17	11	0	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	70	18	12	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	65	19	16	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	67	13	20	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	66	23	10	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	74	17	9	0	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	74	16	10	0	0
	C	67	19	14	0	0
	DE	61	14	24	0	1

¹ Base: 19.510,697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.¹ Base: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

CONTINUA/CONTINUES ►

D2 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O 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 (%)		Conectar-se a uma rede WiFi Connect to a Wi-Fi network	Baixar ou instalar aplicativos Download or install applications	Bloquear uma pessoa com quem não quer falar Block persons they do not want to hear from
TOTAL		88	86	86
ÁREA AREA	Urbana / Urban	88	87	88
	Rural / Rural	82	79	74
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	87	86	91
	Nordeste Northeast	91	90	86
	Sul South	84	83	81
	Norte North	84	79	72
	Centro-Oeste Center-West	88	84	83
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	86	84	84
	Feminino / Female	90	88	88
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	89	86	84
	Fundamental II Elementary II	84	83	84
	Médio ou mais Secondary or more	89	87	88
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	81	79	68
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	90	88	89
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	89	88	93
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	85	82	82
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	87	85	82
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	85	85	89
	Mais de 3 SM More than 3 MW	92	91	91
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	92	91	91
	C	87	86	86
	DE	81	77	78

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas e rotacionadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D2 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
PROPORTION OF CHILDREN BY INTERNET SKILLSPERCENTUAL 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 (%)		Colocar senha para que outras pessoas não consigam usar seu celular ou tablet Put a password so that other people cannot use the child's mobile phone or tablet	Apagar o histórico de sites visitados Delete history of websites visited	Bloquear spam ou lixo eletrônico Block spam or junk mail
TOTAL		82	64	61
ÁREA AREA	Urbana / Urban	83	64	65
	Rural / Rural	77	61	39
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	82	69	65
	Nordeste Northeast	84	59	57
	Sul South	82	60	59
	Norte North	76	53	57
	Centro-Oeste Center-West	77	70	66
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	79	68	64
	Feminino / Female	86	60	58
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	81	62	53
	Fundamental II Elementary II	82	63	66
	Médio ou mais Secondary or more	83	65	63
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	72	47	44
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	82	60	65
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	87	75	68
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	79	57	52
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	80	65	58
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	81	66	74
	Mais de 3 SM More than 3 MW	88	67	59
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	87	66	64
	C	81	67	63
	DE	76	52	50

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D2 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O 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 em redes sociais Change privacy settings on social networking websites	Desativar a função de geolocalização Deactivate geolocation function	Comparar informações em sites diferentes Compare information on different websites
TOTAL		60	58	52
ÁREA AREA	Urbana / Urban	62	60	56
	Rural / Rural	49	46	31
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	65	62	64
	Nordeste Northeast	58	54	42
	Sul South	57	58	52
	Norte North	53	50	39
	Centro-Oeste Center-West	60	59	42
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	57	56	55
	Feminino / Female	64	60	50
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	56	51	40
	Fundamental II Elementary II	58	55	48
	Médio ou mais Secondary or more	64	63	61
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	39	38	34
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	59	58	47
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	72	68	65
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	55	54	35
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	57	52	45
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	63	59	61
	Mais de 3 SM More than 3 MW	69	68	68
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	68	65	65
	C	60	57	53
	DE	49	48	29

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

F1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA OU 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 (%)		Televisão On television	Sites de vídeos Video websites	Rede social Social networking websites
TOTAL		80	62	61
ÁREA AREA	Urbana / Urban	81	65	65
	Rural / Rural	68	42	40
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	84	68	68
	Nordeste Northeast	78	58	55
	Sul South	81	61	62
	Norte North	70	46	56
	Centro-Oeste Center-West	70	60	56
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	79	68	62
	Feminino / Female	80	56	60
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	76	48	51
	Fundamental II Elementary II	75	56	56
	Médio ou mais Secondary or more	84	73	69
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	76	54	44
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	79	61	58
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	82	67	72
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	72	45	46
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	80	57	57
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	78	67	67
	Mais de 3 SM More than 3 MW	87	76	71
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	86	76	72
	C	80	61	61
	DE	67	42	44

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

F1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA OU 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 (%)		Revistas, jornais ou gibis Magazines, newspapers or comic books	Site de jogos Gaming websites	Mensagens instantâneas Instant messaging
TOTAL		44	36	29
ÁREA AREA	Urbana / Urban	45	38	30
	Rural / Rural	37	27	18
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	47	42	30
	Nordeste Northeast	41	31	26
	Sul South	48	37	29
	Norte North	35	25	31
	Centro-Oeste Center-West	42	34	30
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	41	50	29
	Feminino / Female	47	22	28
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	40	30	25
	Fundamental II Elementary II	41	29	25
	Médio ou mais Secondary or more	48	43	33
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	42	37	20
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	41	35	29
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	47	37	32
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	38	22	22
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	40	35	32
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	42	42	30
	Mais de 3 SM More than 3 MW	56	45	30
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	55	47	34
	C	39	34	27
	DE	39	24	23

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

F1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PROPAGANDA OU 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 (%)	Mensagem SMS SMS	E-mail E-mail	Outro lugar Another location
TOTAL		29	22	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	31	23	1
	Rural / Rural	21	17	5
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	31	25	2
	Nordeste Northeast	27	18	1
	Sul South	26	22	2
	Norte North	30	15	1
	Centro-Oeste Center-West	34	28	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	31	24	1
	Feminino / Female	28	21	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	26	18	2
	Fundamental II Elementary II	28	23	1
	Médio ou mais Secondary or more	32	24	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	23	13	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	29	22	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	33	28	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	22	13	3
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	30	19	1
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	33	26	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	31	28	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	33	31	1
	C	28	20	2
	DE	25	14	0

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

F4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PROCURARAM INFORMAÇÕES SOBRE ALGUMA MARCA OU PRODUTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN WHO SEARCHED INFORMATION ABOUT ANY BRAND OR PRODUCT ONLINE IN THE PAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		42	58	0	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	44	55	0	0
	Rural / Rural	25	74	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	49	50	0	0
	Nordeste Northeast	38	62	0	0
	Sul South	42	58	0	0
	Norte North	22	78	0	1
	Centro-Oeste Center-West	32	67	0	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	43	56	0	0
	Feminino / Female	40	60	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	26	74	0	0
	Fundamental II Elementary II	41	59	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	50	49	0	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	28	71	0	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	42	58	0	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	48	52	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	26	74	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	34	65	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	42	57	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	60	39	0	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	58	41	0	0
	C	38	62	0	0
	DE	23	76	0	1

¹ Base: 19,510,697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016.

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 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 Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		10	49	0	0	41
ÁREA AREA	Urbana / Urban	11	51	0	1	38
	Rural / Rural	1	39	0	0	60
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	14	50	0	1	35
	Nordeste Northeast	5	45	0	0	50
	Sul South	10	52	0	0	38
	Norte North	6	45	0	0	49
	Centro-Oeste Center-West	10	57	0	1	32
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	16	59	0	0	25
	Feminino / Female	4	39	0	0	57
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	4	44	0	0	52
	Fundamental II Elementary II	6	50	0	0	44
	Médio ou mais Secondary or more	15	51	0	1	33
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	6	61	0	1	32
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	8	51	0	0	40
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	13	42	0	0	45
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	4	38	0	0	58
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	8	51	0	0	41
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	14	52	0	1	34
	Mais de 3 SM More than 3 MW	12	54	0	1	33
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	14	56	0	1	29
	C	9	49	0	0	41
	DE	5	36	0	0	59

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016.

F6 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMA DE INTERAÇÃO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE EM REDES SOCIAIS

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF INTERACTION WITH ADVERTISMENTS ON SOCIAL NETWORKS
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS QUE POSSUEM PERFIL EM REDE SOCIAL^{1 2}
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE A PROFILE ON A SOCIAL NETWORKING WEBSITE^{1 2}

Percentual (%) Percentage (%)		Seguiu ou curtiu Followed or liked	Compartilhou Shared	Deixou de seguir ou bloqueou Unfollowed or blocked
TOTAL		53	21	16
ÁREA AREA	Urbana / Urban	55	22	17
	Rural / Rural	36	9	9
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	58	24	18
	Nordeste Northeast	47	16	13
	Sul South	56	25	12
	Norte North	42	17	20
	Centro-Oeste Center-West	48	18	17
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	56	26	15
	Feminino / Female	50	16	17
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	45	17	9
	Fundamental II Elementary II	48	18	19
	Médio ou mais Secondary or more	60	24	17
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	37	18	10
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	52	21	16
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	60	21	17
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	45	18	15
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	51	18	14
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	55	21	16
	Mais de 3 SM More than 3 MW	60	25	18
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	59	27	16
	C	52	18	16
	DE	43	17	13

¹ Base: 17.843.120 usuários de Internet de 11 a 17 anos que possuem perfil em rede social. Respostas estimuladas e rotacionadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 17,843,120 Internet users from 11 to 17 years old who have a profile on a social networking website. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers Data collected between November 2015 and June 2016.

² Considerando apenas Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat.

² Considering only Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat.

G1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE FORAM TRATADOS DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN WHO RECEIVED OFFENSIVE TREATMENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 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 respondeu Did not answer
	TOTAL	20	75	4	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	21	74	3	1
	Rural / Rural	10	82	4	4
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	20	77	3	1
	Nordeste Northeast	22	74	3	0
	Sul South	19	74	4	2
	Norte North	20	71	4	5
	Centro-Oeste Center-West	17	73	8	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	20	75	5	1
	Feminino / Female	20	75	3	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	18	76	5	1
	Fundamental II Elementary II	21	75	1	2
	Médio ou mais Secondary or more	20	74	4	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	12	80	5	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	14	78	7	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	23	73	3	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	24	73	2	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	19	78	2	2
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	19	74	5	2
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	20	75	4	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	23	71	4	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	22	73	4	1
	C	19	76	4	2
	DE	20	75	2	3

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

G1A PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE AGIRAM DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN WHO BEHAVED OFFENSIVELY ON THE INTERNET IN THE LAST 12 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 YEARS OLD¹

Percentual (%) Porcentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		12	79	8	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	12	78	8	1
	Rural / Rural	7	85	7	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	12	79	9	1
	Nordeste Northeast	10	80	8	1
	Sul South	16	75	7	2
	Norte North	12	80	7	2
	Centro-Oeste Center-West	11	81	8	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	13	78	8	1
	Feminino / Female	10	80	8	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	10	79	8	2
	Fundamental II Elementary II	15	77	7	1
	Médio ou mais Secondary or more	11	80	8	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	7	86	6	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	10	82	7	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	15	77	8	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	13	76	10	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	11	83	4	2
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	11	79	9	1
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	13	77	9	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	11	78	9	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	13	78	9	0
	C	12	79	8	1
	DE	10	81	6	3

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

G5 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM IMAGENS OU VÍDEOS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN WHO SAW SEXUAL CONTENT IN IMAGES OR VIDEOS ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 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 respondeu Did not answer
TOTAL		20	76	1	3
ÁREA AREA	Urbana / Urban	21	75	2	3
	Rural / Rural	14	80	1	5
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	22	73	2	3
	Nordeste Northeast	17	80	1	3
	Sul South	20	76	1	3
	Norte North	16	78	2	4
	Centro-Oeste Center-West	19	74	2	5
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	24	69	2	4
	Feminino / Female	15	82	1	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	16	78	1	4
	Fundamental II Elementary II	21	75	2	3
	Médio ou mais Secondary or more	21	75	1	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	6	90	3	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	7	88	1	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	16	82	1	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	34	60	1	5
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	16	79	1	4
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	17	79	1	2
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	24	73	1	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	21	73	2	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	21	75	2	2
	C	19	77	1	3
	DE	20	74	1	5

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

G13 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ TIVERAM CONTATO COM ALGUÉM NA INTERNET QUE NÃO CONHECIAM PESSOALMENTE

PROPORTION OF CHILDREN WHO HAD CONTACT WITH SOMEONE ON THE INTERNET THEY DID NOT PERSONALLY KNOW

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 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 respondeu Did not answer
TOTAL		40	57	2	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	42	55	2	1
	Rural / Rural	31	66	2	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	42	55	2	1
	Nordeste Northeast	39	58	2	1
	Sul South	40	57	3	1
	Norte North	38	61	1	1
	Centro-Oeste Center-West	37	59	3	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	44	53	2	1
	Feminino / Female	37	60	3	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	44	53	2	2
	Fundamental II Elementary II	38	59	3	1
	Médio ou mais Secondary or more	40	57	2	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	14	81	4	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	19	79	1	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	40	58	2	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	62	34	2	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	40	57	2	1
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	35	62	2	1
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	45	52	2	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	42	54	3	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	41	56	2	1
	C	39	58	2	1
	DE	42	53	3	2

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

G14 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ENCONTRARAM PESSOALMENTE COM ALGUÉM QUE CONHECERAM NA INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN WHO HAVE MET ONLINE CONTACTS OFFLINE IN THE LAST 12 MONTHS

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 (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		17	22	1	0	60
ÁREA AREA	Urbana / Urban	18	23	1	0	58
	Rural / Rural	11	19	0	0	69
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	16	25	1	0	58
	Nordeste Northeast	17	22	0	0	61
	Sul South	20	18	1	1	60
	Norte North	14	22	0	1	62
	Centro-Oeste Center-West	19	17	0	1	63
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	19	24	1	0	56
	Feminino / Female	15	21	0	0	63
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	20	23	0	1	56
	Fundamental II Elementary II	18	19	1	0	62
	Médio ou mais Secondary or more	15	24	1	0	60
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	6	7	0	0	86
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	6	12	1	0	81
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	18	21	1	0	60
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	26	35	1	1	38
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	17	22	0	0	60
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	15	19	0	0	65
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	19	24	2	0	55
	Mais de 3 SM More than 3 MW	17	24	0	1	58
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	15	25	1	0	59
	C	17	20	1	1	61
	DE	18	24	0	0	58

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autoenchimento.¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

CONTINUA/CONTINUES ►

G16 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE
PROPORTION OF CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Publiquei alguma coisa na Internet, me arrependi e depois apaguei Posted something on the Internet, regretted it and afterwards deleted it	Alguém tentou fingir que era eu na Internet Someone pretended to be me on the Internet	Alguém usou minhas informações na Internet de um jeito que eu não gostei Someone used my information on the Internet in a way I did not like
TOTAL		18	7	4
ÁREA AREA	Urbana / Urban	19	8	5
	Rural / Rural	12	4	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	18	8	5
	Nordeste Northeast	18	6	3
	Sul South	21	6	5
	Norte North	13	8	7
	Centro-Oeste Center-West	14	8	3
SEXO DA CRIANÇA DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	18	7	5
	Feminino / Female	18	7	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	14	7	3
	Fundamental II Elementary II	22	7	5
	Médio ou mais Secondary or more	18	7	5
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	9	4	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	14	10	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	25	7	6
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	14	8	4
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	17	7	4
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	21	9	6
	Mais de 3 SM More than 3 MW	20	5	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	21	8	5
	C	17	7	4
	DE	17	6	3

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

G16 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE

PROPORTION OF CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

	Percentual (%) Percentage (%)	Alguém usou minha senha para pegar meus dados pessoais na Internet Someone used my password to get my personal information on the Internet	Perdi dinheiro sendo enganado(a) na Internet I was scammed on the Internet and lost money	Nenhuma dessas None of these
TOTAL		3	1	66
ÁREA AREA	Urbana / Urban	4	1	65
	Rural / Rural	1	0	72
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	4	1	68
	Nordeste Northeast	2	1	66
	Sul South	3	1	63
	Norte North	4	3	67
	Centro-Oeste Center-West	1	0	63
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	5	2	62
	Feminino / Female	2	0	70
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	1	70
	Fundamental II Elementary II	4	1	61
	Médio ou mais Secondary or more	4	1	67
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	1	73
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	2	1	69
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	5	1	61
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	4	1	69
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	3	1	64
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	3	0	62
	Mais de 3 SM More than 3 MW	4	1	69
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	5	1	66
	C	2	1	66
	DE	3	2	68

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

G16 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE
PROPORTION OF CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY

PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹
PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		5	3
ÁREA AREA	Urbana / Urban	5	3
	Rural / Rural	7	6
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	3	3
	Nordeste Northeast	6	2
	Sul South	8	4
	Norte North	5	5
	Centro-Oeste Center-West	6	8
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	5	5
	Feminino / Female	5	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	6	3
	Fundamental II Elementary II	6	3
	Médio ou mais Secondary or more	4	4
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	9	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	4	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	3	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	6	2
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	6	4
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	4	4
	Mais de 3 SM More than 3 MW	4	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	5	2
	C	5	4
	DE	5	5

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

G18 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDO COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT 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 (%)		Formas para ficar muito magro(a) Ways to become very thin	Formas de machucar a si mesmo Ways to hurt oneself	Experiências ou uso de drogas Drug use or experiences	Formas de cometer suicídio Ways to commit suicide
TOTAL		19	11	8	6
ÁREA AREA	Urbana / Urban	20	11	9	7
	Rural / Rural	12	8	6	4
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	24	12	11	7
	Nordeste Northeast	16	8	6	5
	Sul South	15	8	8	8
	Norte North	10	12	4	4
	Centro-Oeste Center-West	18	19	12	10
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	14	11	7	7
	Feminino / Female	24	11	10	6
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	15	10	6	7
	Fundamental II Elementary II	19	11	9	8
	Médio ou mais Secondary or more	21	12	9	6
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	9	6	4	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	18	14	6	7
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	24	12	12	7
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	11	11	6	5
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	18	8	6	5
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	19	11	9	8
	Mais de 3 SM More than 3 MW	25	13	12	7
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	25	13	11	8
	C	17	11	7	6
	DE	12	9	6	6

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

G18 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE CONTEÚDO COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT IN THE LAST 12 MONTHS

PERCENTAGE 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

Percentage (%) Percentage (%)		Nenhuma dessas None of these	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		60	8	4
ÁREA AREA	Urbana / Urban	59	8	3
	Rural / Rural	68	7	7
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	59	7	2
	Nordeste Northeast	63	9	5
	Sul South	62	8	6
	Norte North	62	8	3
	Centro-Oeste Center-West	46	15	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	60	10	4
	Feminino / Female	59	7	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	63	11	3
	Fundamental II Elementary II	57	9	5
	Médio ou mais Secondary or more	60	7	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	68	11	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	60	8	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	56	7	4
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	63	10	5
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	62	9	4
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	56	10	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	61	5	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	57	6	2
	C	61	9	4
	DE	63	10	6

¹ Base: 19.510.697 usuários de Internet de 11 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 19,510,697 Internet users from 11 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

G20 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO(A) NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN WHO WITNESSED SOMEONE BEING DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 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 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		40	55	4	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	42	52	4	1
	Rural / Rural	23	73	3	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	44	51	4	1
	Nordeste Northeast	37	58	4	0
	Sul South	35	59	5	1
	Norte North	33	62	2	2
	Centro-Oeste Center-West	43	53	3	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	38	57	4	1
	Feminino / Female	42	53	4	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	30	65	4	1
	Fundamental II Elementary II	38	57	4	1
	Médio ou mais Secondary or more	45	49	4	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	14	76	8	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	28	65	5	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	46	49	4	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	52	45	2	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	33	62	4	1
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	37	59	3	1
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	42	54	4	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	48	46	5	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	51	45	4	0
	C	35	59	5	1
	DE	34	62	3	2

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

CONTINUA/CONTINUES ►

G20A PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 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 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Pela cor ou raça Color or race	Pela aparência física Physical appearance	Por gostar de pessoas do mesmo sexo Same-sex attraction	Por ser pobre For being poor
TOTAL		25	14	11	8
ÁREA AREA	Urbana / Urban	25	15	12	9
	Rural / Rural	19	8	8	6
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	26	15	13	8
	Nordeste Northeast	24	13	11	8
	Sul South	21	12	8	8
	Norte North	20	10	7	6
	Centro-Oeste Center-West	27	13	13	11
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	22	12	9	8
	Feminino / Female	27	15	13	8
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	20	11	9	7
	Fundamental II Elementary II	21	10	9	7
	Médio ou mais Secondary or more	28	17	13	9
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	8	2	1	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	15	8	5	7
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	30	15	12	10
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	33	21	18	10
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	20	8	6	7
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	24	11	10	7
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	23	16	11	10
	Mais de 3 SM More than 3 MW	32	21	17	10
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	31	19	15	10
	C	23	13	11	8
	DE	19	8	6	7

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

G20A PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

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 (%)		Pela religião Religion	Por não usar roupas da moda For not wearing fashionable clothing	Pelo lugar onde mora Neighborhood the person lives in	Por ser mulher For being a woman
TOTAL		8	7	5	4
ÁREA AREA	Urbana / Urban	9	7	6	4
	Rural / Rural	6	4	5	3
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	9	8	6	5
	Nordeste Northeast	8	6	5	3
	Sul South	6	7	3	3
	Norte North	4	1	3	1
	Centro-Oeste Center-West	13	9	11	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	7	6	5	3
	Feminino / Female	10	8	6	5
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	8	6	4	2
	Fundamental II Elementary II	7	6	4	2
	Médio ou mais Secondary or more	9	8	7	5
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	1	1	1	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	3	4	4	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	10	9	8	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	13	10	6	7
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	4	5	3	1
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	7	6	5	2
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	10	7	6	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	13	11	8	9
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	11	9	9	7
	C	8	6	4	3
	DE	4	6	3	1

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.² Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

G20A PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 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 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Por ser adolescente ou jovem For being an adolescent or young person	Por não estar trabalhando For being unemployed	Outro Other
TOTAL		3	2	5
ÁREA AREA	Urbana / Urban	4	2	5
	Rural / Rural	3	2	3
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	4	2	6
	Nordeste Northeast	3	1	3
	Sul South	4	2	2
	Norte North	3	1	3
	Centro-Oeste Center-West	5	4	7
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	4	2	5
	Feminino / Female	3	2	4
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	1	2	2
	Fundamental II Elementary II	3	1	4
	Médio ou mais Secondary or more	5	2	6
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	2	0	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	3	0	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	2	6
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	5	3	6
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	1	1	3
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	2	1	4
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	6	2	4
	Mais de 3 SM More than 3 MW	4	3	7
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	4	2	7
	C	4	2	3
	DE	2	1	3

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

G20A PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

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 (%)	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		3	1	60
ÁREA AREA	Urbana / Urban	3	1	58
	Rural / Rural	0	0	77
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	3	1	56
	Nordeste Northeast	2	0	63
	Sul South	4	1	65
	Norte North	1	0	67
	Centro-Oeste Center-West	2	1	57
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	3	1	62
	Feminino / Female	2	1	58
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	1	70
	Fundamental II Elementary II	2	1	62
	Médio ou mais Secondary or more	3	1	55
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	1	0	86
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	2	1	72
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	0	54
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	3	1	48
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	1	67
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	2	1	63
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	4	1	58
	Mais de 3 SM More than 3 MW	2	1	52
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	4	1	49
	C	2	0	65
	DE	3	1	66

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

G21 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE SE SENTIRAM DISCRIMINADOS(AS) NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
PROPORTION OF CHILDREN WHO FELT DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 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 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		6	91	2	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	6	91	2	1
	Rural / Rural	5	92	1	2
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	5	92	2	2
	Nordeste Northeast	6	92	2	0
	Sul South	6	89	4	1
	Norte North	6	89	4	1
	Centro-Oeste Center-West	9	89	1	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	6	90	3	1
	Feminino / Female	5	92	2	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	7	89	3	1
	Fundamental II Elementary II	6	91	2	1
	Médio ou mais Secondary or more	5	92	2	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	4	91	4	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	4	92	2	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	8	91	1	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	7	90	2	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	4	94	2	1
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	5	92	1	1
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	8	89	2	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	7	89	3	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	6	92	1	1
	C	6	91	3	1
	DE	5	90	3	2

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas múltiplas e estimuladas. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016. Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Multiple choice and stimulated answers. Data collected between November 2015 and June 2016. Data collected through self-completion questionnaires.

A3 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO

PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS HAVE ALREADY ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS

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 (%)	Há menos de 3 meses (usuário) ² Less than three months ago (user) ²	Entre 3 meses e 12 meses Between three and 12 months ago	Mais de 12 meses atrás More than 12 months ago
TOTAL		65	2	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	69	2	2
	Rural / Rural	42	1	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	73	1	2
	Nordeste Northeast	52	2	1
	Sul South	67	4	2
	Norte North	68	2	1
	Centro-Oeste Center-West	67	3	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	66	2	1
	Feminino / Female	64	2	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	24	1	1
	Fundamental II Elementary II	60	4	3
	Médio ou mais Secondary or more	88	2	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	72	3	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	70	1	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	64	2	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	61	2	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	45	1	2
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	57	3	1
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	71	3	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	84	1	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	86	1	1
	C	63	3	2
	DE	31	1	2

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Resposta estimulada. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answer. Data collected between November 2015 and June 2016.

² Considera-se "usuário" aquele que utilizou a Internet pelo menos uma vez nos três meses que antecederam a entrevista.

² A 'user' is considered to be someone who used the Internet at least once in the three months preceding the interview.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A3 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO
 PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS HAVE ALREADY ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS

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 (%)	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL			0	6	25
ÁREA AREA	Urbana / Urban		0	6	22
	Rural / Rural		0	5	52
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast		0	4	20
	Nordeste Northeast		0	8	38
	Sul South		0	4	23
	Norte North		0	5	24
	Centro-Oeste Center-West		0	6	20
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male		0	6	24
	Feminino / Female		0	5	27
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I		0	12	62
	Fundamental II Elementary II		0	7	27
	Médio ou mais Secondary or more		0	2	7
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old		0	4	21
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old		0	6	20
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old		0	8	24
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old		0	4	31
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW		0	7	45
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW		0	7	32
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW		0	4	19
	Mais de 3 SM More than 3 MW		0	3	10
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB		0	4	8
	C		0	6	26
	DE		0	9	57

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Resposta estimulada. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated answer. Data collected between November 2015 and June 2016.

A4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET¹

PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS¹

	Percentual (%) Percentage (%)	Casa Home	Casa de outra pessoa Someone else's house	Em deslocamento On the move	Trabalho Work
TOTAL		93	50	40	39
ÁREA AREA	Urbana / Urban	94	50	41	41
	Rural / Rural	79	48	26	21
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	95	52	48	45
	Nordeste Northeast	90	47	27	30
	Sul South	93	46	36	38
	Norte North	89	51	33	35
	Centro-Oeste Center-West	95	56	43	39
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	94	50	42	40
	Feminino / Female	93	51	37	39
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	91	30	21	20
	Fundamental II Elementary II	90	48	34	26
	Médio ou mais Secondary or more	95	54	44	46
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	93	54	44	39
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	92	47	37	35
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	96	50	37	41
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	93	51	42	42
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	87	50	29	18
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	91	41	31	31
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	95	54	44	40
	Mais de 3 SM More than 3 MW	96	54	49	55
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	96	53	45	49
	C	91	48	38	34
	DE	91	51	26	27

¹ Base: 15.230.550 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis são usuários de Internet. Respostas estimuladas e rodziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 15,230,550 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians are Internet users. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
 PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS¹

Percentual (%) Percentage (%)		Escola ou estabelecimento de ensino School or educational institution	Centro público de acesso gratuito Free public access center	Centro público de acesso pago Paid public access center	Outro lugar Other
TOTAL		17	16	11	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	17	16	10	0
	Rural / Rural	11	13	13	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	19	18	8	0
	Nordeste Northeast	15	14	13	1
	Sul South	15	11	7	0
	Norte North	16	20	21	0
	Centro-Oeste Center-West	10	15	15	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	17	18	10	0
	Feminino / Female	16	14	11	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	3	6	8	0
	Fundamental II Elementary II	3	13	8	0
	Médio ou mais Secondary or more	23	18	12	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	18	15	8	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	15	16	13	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	15	14	12	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	18	17	10	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	9	14	15	0
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	12	15	10	0
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	19	20	8	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	21	15	9	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	18	14	6	1
	C	17	18	14	0
	DE	9	14	13	0

¹ Base: 15.230.550 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis são usuários de Internet. Respostas estimuladas e rotacionadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 15,230,550 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians are Internet users. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

A5 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNETPROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET¹PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS²

	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
TOTAL		82	15	3
ÁREA AREA	Urbana / Urban	84	13	2
	Rural / Rural	57	31	11
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	84	14	2
	Nordeste Northeast	81	14	5
	Sul South	84	11	3
	Norte North	66	29	4
	Centro-Oeste Center-West	80	18	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	85	12	2
	Feminino / Female	78	18	4
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	78	18	2
	Fundamental II Elementary II	72	23	5
	Médio ou mais Secondary or more	85	12	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	85	12	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	80	14	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	81	16	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	81	16	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	65	27	6
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	80	15	5
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	84	13	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	88	11	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	87	10	2
	C	79	17	3
	DE	69	21	9

¹ Base: 15.230.550 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis são usuários de Internet. Resposta estimulada. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.² Basis: 15,230,550 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians are Internet users. Stimulated answer. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A5 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET

PROPORTION OF CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS PERCENTUAL SOBRE O TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET¹
 PERCENTAGE OF THE TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS¹

Percentual (%) Percentage (%)		Menos do que uma vez por mês Less than once a month	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		1	0	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	1	0	0
	Rural / Rural	1	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	1	0	0
	Nordeste Northeast	0	0	0
	Sul South	1	0	0
	Norte North	1	0	0
	Centro-Oeste Center-West	0	0	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	1	0	0
	Feminino / Female	1	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	0	0
	Fundamental II Elementary II	1	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	0	0	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	0	0	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	0	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	1	0	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	0	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	1	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	1	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	1	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0	0
	C	1	0	0
	DE	1	0	0

¹ Base: 15.230.550 usuários de Internet de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis são usuários de Internet. Resposta estimulada. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 15,230,550 Internet users from 9 to 17 years old whose parents or legal guardians are Internet users. Stimulated answer. Data collected between November 2015 and June 2016.

B2A PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NÃO APROPRIADA PARA A SUA IDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS

PROPORTION OF CHILDREN WHO WERE EXPOSED TO ONLINE ADVERTISING CONSIDERED INAPPROPRIATE FOR THEIR AGE, AS REPORTED BY 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 (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
	TOTAL	38	51	6	0	5
ÁREA AREA	Urbana / Urban	39	51	5	0	4
	Rural / Rural	29	48	10	0	12
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	40	51	5	0	4
	Nordeste Northeast	34	51	8	0	7
	Sul South	41	48	7	0	4
	Norte North	35	51	4	0	10
	Centro-Oeste Center-West	36	53	5	0	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	40	49	7	0	5
	Feminino / Female	36	53	5	0	6
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	23	56	10	0	11
	Fundamental II Elementary II	37	52	5	0	6
	Médio ou mais Secondary or more	46	48	5	0	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	30	60	2	0	8
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	38	54	5	0	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	42	49	4	0	5
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	39	46	10	0	5
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	30	53	6	0	10
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	30	58	6	0	7
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	45	47	5	0	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	49	42	7	0	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	46	47	6	0	1
	C	38	52	5	0	5
	DE	22	54	9	0	14

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016.

B3 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
 PROPORTION OF CHILDREN WHO ASKED FOR A PRODUCT AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY 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 (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		31	64	1	0	5
ÁREA AREA	Urbana / Urban	34	62	0	0	4
	Rural / Rural	10	77	1	0	12
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	38	58	0	0	4
	Nordeste Northeast	24	69	0	0	7
	Sul South	35	60	1	0	4
	Norte North	14	74	1	0	10
	Centro-Oeste Center-West	23	71	0	0	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	33	62	0	0	5
	Feminino / Female	28	65	1	0	6
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	15	72	1	0	11
	Fundamental II Elementary II	22	70	1	0	6
	Médio ou mais Secondary or more	42	56	0	0	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	36	56	0	0	8
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	32	64	0	0	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	30	64	0	0	5
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	28	66	1	0	5
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	13	76	1	0	10
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	25	68	0	0	7
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	30	66	1	0	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	50	48	0	0	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	53	46	0	0	1
	C	24	70	1	0	5
	DE	10	75	1	0	14

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016.

B4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY 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 (%)	Equipamentos eletrônicos Electronic devices	Roupas e sapatos Clothing and shoes	Jogos de computador ou videogame Computer games or game consoles	Livros, revistas ou jornais Books, magazines or newspapers
	TOTAL	20	16	11	8
ÁREA AREA	Urbana / Urban	22	17	13	9
	Rural / Rural	6	5	1	2
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	25	19	15	10
	Nordeste Northeast	16	12	6	8
	Sul South	19	19	13	9
	Norte North	10	6	5	2
	Centro-Oeste Center-West	16	14	11	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	21	16	19	6
	Feminino / Female	19	15	4	10
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	8	6	5	3
	Fundamental II Elementary II	15	12	7	4
	Médio ou mais Secondary or more	28	22	16	13
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	20	13	17	6
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	22	9	15	9
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	24	17	11	9
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	16	19	7	8
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	9	8	5	1
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	17	11	9	4
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	18	16	11	7
	Mais de 3 SM More than 3 MW	33	28	20	19
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	36	28	22	19
	C	15	13	8	4
	DE	7	3	2	1

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

² Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
 PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY 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 (%)		Brinquedos Toys	Filmes Movies	Músicas ou toques para celular Music for mobile phones or ringtones	Ingressos para eventos Tickets to events
TOTAL		7	6	6	6
ÁREA AREA	Urbana / Urban	8	7	6	6
	Rural / Rural	1	1	1	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	9	7	8	7
	Nordeste Northeast	5	4	4	5
	Sul South	6	9	7	4
	Norte North	6	3	2	1
	Centro-Oeste Center-West	4	5	5	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	8	7	5	4
	Feminino / Female	6	6	6	7
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	1	1	1
	Fundamental II Elementary II	3	5	6	4
	Médio ou mais Secondary or more	11	10	8	8
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	19	7	6	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	9	5	4	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	6	6	7	8
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	6	6	6
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	3	4	3	2
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	4	3	3	3
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	6	5	6	5
	Mais de 3 SM More than 3 MW	12	13	12	12
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	12	13	10	12
	C	5	4	4	3
	DE	2	1	2	0

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

B4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
 PROPORTION OF CHILDREN BY TYPE OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY 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 (%)	Comida ou alimentos Food	Moedas ou dinheiro virtual para jogos Virtual coins or money for games	Outro produto Another product
	TOTAL	3	3	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	4	4	1
	Rural / Rural	1	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	5	6	1
	Nordeste Northeast	2	1	1
	Sul South	3	2	1
	Norte North	1	1	0
	Centro-Oeste Center-West	2	1	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	3	5	1
	Feminino / Female	3	2	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	0	0	0
	Fundamental II Elementary II	1	1	1
	Médio ou mais Secondary or more	6	6	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	4	4	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	3	5	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	4	3	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	2	2	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	2	1
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	2	1	1
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	2	2	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	7	7	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	7	7	2
	C	2	2	1
	DE	0	0	0

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

² Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

B4A PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS COMPRARAM ALGUM PRODUTO SOLICITADO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
 PROPORTION OF CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS PURCHASED A PRODUCT REQUESTED AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 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 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		17	13	0	0	70
ÁREA AREA	Urbana / Urban	19	14	0	0	67
	Rural / Rural	5	5	0	0	90
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	24	14	0	0	63
	Nordeste Northeast	10	14	0	0	76
	Sul South	21	14	0	0	65
	Norte North	5	9	0	0	86
	Centro-Oeste Center-West	13	9	0	0	78
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	19	13	0	0	67
	Feminino / Female	16	12	0	0	72
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	6	9	0	0	85
	Fundamental II Elementary II	11	11	0	0	78
	Médio ou mais Secondary or more	26	16	0	0	58
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	17	18	0	0	64
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	15	16	0	0	69
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	19	11	0	0	70
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	18	10	0	0	72
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	4	9	0	0	87
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	13	12	0	0	75
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	16	13	0	0	71
	Mais de 3 SM More than 3 MW	34	15	0	0	51
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	36	17	0	0	47
	C	11	13	0	0	76
	DE	3	6	0	0	90

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016.

C1 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS

PROPORTION OF CHILDREN USING INTERNET SAFELY, AS REPORTED BY 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 (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		71	20	4	0	5
ÁREA AREA	Urbana / Urban	73	20	3	0	4
	Rural / Rural	58	23	7	0	12
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	77	17	3	0	4
	Nordeste Northeast	64	24	5	0	7
	Sul South	71	20	6	0	4
	Norte North	65	21	3	0	10
	Centro-Oeste Center-West	70	23	1	0	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	72	19	4	0	5
	Feminino / Female	70	21	3	0	6
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	57	24	7	0	11
	Fundamental II Elementary II	70	22	2	0	6
	Médio ou mais Secondary or more	78	17	3	0	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	73	17	1	0	8
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	69	22	5	0	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	71	21	3	0	5
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	71	20	4	0	5
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	65	21	3	0	10
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	66	23	4	0	7
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	71	21	4	0	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	80	16	2	0	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	81	16	2	0	1
	C	70	20	4	0	5
	DE	56	26	4	0	14

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Data collected between November 2015 and June 2016.

CONTINUA / CONTINUES ►

D4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES UTILIZADAS PELOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE O 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 (%)		Na televisão, no rádio, em jornais ou em revistas Television, radio, newspapers or magazines	Entre os familiares e amigos Family and friends	Por meio da própria criança ou adolescente Their own child
TOTAL		53	51	49
ÁREA AREA	Urbana / Urban	54	52	50
	Rural / Rural	41	47	42
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	54	55	51
	Nordeste Northeast	49	44	43
	Sul South	55	55	54
	Norte North	58	55	47
	Centro-Oeste Center-West	49	44	47
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	53	53	49
	Feminino / Female	52	50	48
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	37	38	35
	Fundamental II Elementary II	50	50	51
	Médio ou mais Secondary or more	62	59	54
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	58	56	47
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	63	59	56
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	51	51	48
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	46	46	46
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	43	38	39
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	50	45	45
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	56	59	53
	Mais de 3 SM More than 3 MW	61	61	55
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	62	60	56
	C	53	53	50
	DE	35	31	31

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES UTILIZADAS PELOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE O 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 (%)	Na escola da própria criança ou adolescente Child's school	Em sites com informações sobre segurança na Internet Websites with Internet safety information	Nos provedores de serviços de Internet Internet service providers
	TOTAL	36	34	32
ÁREA AREA	Urbana / Urban	37	35	33
	Rural / Rural	31	25	28
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	36	37	34
	Nordeste Northeast	32	30	28
	Sul South	40	30	31
	Norte North	45	40	40
	Centro-Oeste Center-West	34	32	29
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	35	33	31
	Feminino / Female	37	34	33
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	28	15	15
	Fundamental II Elementary II	34	29	29
	Médio ou mais Secondary or more	41	45	42
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	38	42	36
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	48	41	40
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	40	31	32
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	28	28	26
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	29	22	24
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	34	30	26
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	39	34	34
	Mais de 3 SM More than 3 MW	41	46	43
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	44	44	37
	C	34	33	34
	DE	28	16	16

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

² Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES UTILIZADAS PELOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE O 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 (%)		Pelo governo ou pelas autoridades locais Government or local authorities	Nos fabricantes e varejistas que comercializam produtos para crianças e adolescentes Manufacturers and retailers selling products for children
TOTAL		24	19
ÁREA AREA	Urbana / Urban	24	20
	Rural / Rural	21	16
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	26	20
	Nordeste Northeast	23	17
	Sul South	21	20
	Norte North	30	24
	Centro-Oeste Center-West	18	18
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	23	18
	Feminino / Female	25	20
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	18	12
	Fundamental II Elementary II	22	18
	Médio ou mais Secondary or more	28	23
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	26	22
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	30	25
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	25	17
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	20	16
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	18	14
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	21	17
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	26	22
	Mais de 3 SM More than 3 MW	28	22
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	26	23
	C	25	20
	DE	16	11

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rotodizadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D4 PROPORÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FONTES UTILIZADAS PELOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE O 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 (%)	Em ONG ou institutos em prol das crianças e adolescentes NGOs or children's advocacy institutions	Outra fonte Another source
	TOTAL	18	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	18	0
	Rural / Rural	16	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	18	0
	Nordeste Northeast	18	0
	Sul South	17	0
	Norte North	23	0
	Centro-Oeste Center-West	19	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	17	0
	Feminino / Female	19	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	14	0
	Fundamental II Elementary II	17	0
	Médio ou mais Secondary or more	21	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	23	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	22	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	18	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	15	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	14	0
	Mais de 1 SM até 2 SM 1MW to 2MW	17	0
	Mais de 2 SM até 3 SM 2MW to 3MW	20	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	20	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	20	0
	C	19	0
	DE	10	0

¹ Base: 23.380.494 usuários de Internet de 9 a 17 anos. Respostas estimuladas e rodiziadas. Cada item apresentado se refere apenas aos resultados da alternativa "sim". Dados coletados entre novembro de 2015 e junho de 2016.

¹ Basis: 23,380,494 Internet users from 9 to 17 years old. Stimulated and rotated answers. Each item presented refers only to the results of affirmative - i.e. "yes" - answers. Data collected between November 2015 and June 2016.

APÊNDICES

APPENDICES

LISTA DE ABREVIATURAS

Abep – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa

CERT.br – Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil

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

CGI.br – Comitê Gestor da Internet no Brasil

CIDCA – Convenção Internacional dos Direitos da Criança e do Adolescente

ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

LSE – London School of Economics

MEC – Ministério da Educação

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

ONU – Organização das Nações Unidas

PNBL – Plano Nacional de Banda Larga

PBLE – Programa Banda Larga nas Escolas

Pnud – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

Proinfo – Programa Nacional de Informática na Educação

Prouca – Programa Um Computador por Aluno

TIC – Tecnologia de Informação e Comunicação

UIT – União Internacional de Telecomunicações

Unesco – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

Unicef – Fundo das Nações Unidas para a Infância

LIST OF ABBREVIATIONS

- Abep** – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Brazilian Association of Research Institutes)
- CERT.br** – Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil
(Brazilian Computer Emergency Response Team)
- Cetic.br** – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação
(Regional Center for Studies on the Development of the Information Society)
- CGI.br** – Comitê Gestor da Internet no Brasil (Brazilian Internet Steering Committee)
- CRC** – International Convention on the Rights of the Child
- ECA** – Estatuto da Criança e do Adolescente (Statute of the Child and Adolescent)
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Brazilian Institute of Geography and Statistics)
- ICT** – Information and Communication Technologies
- ITU** – International Telecommunication Union
- LSE** – London School of Economics
- MEC** – Ministry of Education
- NIC.br** – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Brazilian Network Information Center)
- 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