



cetic.br

Pesquisa TIC Kids Online Brasil 2024

—

RESUMO EXECUTIVO

nic.br cgi.br

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

Diretor-Presidente : Demi Getschko
Diretor Administrativo : Ricardo Narchi
Diretor de Serviços e Tecnologia : Frederico Neves
Diretor de Projetos Especiais e de Desenvolvimento : Milton Kaoru Kashiwakura
Diretor de Assessoria às Atividades do CGI.br : Hartmut Richard Glaser

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

Coordenação Executiva e Editorial : Alexandre F. Barbosa
Coordenação Geral de Pesquisas: Fabio Senne
Coordenação de Projetos de Pesquisa : Luciana Portilho e Manuella Maia Ribeiro (Coordenadoras), Ana Laura Martínez, Bernardo Ballardin, Daniela Costa, Fabio Storino, Leonardo Melo Lins, Lúcia de Toledo F. Bueno e Luiza Carvalho
Coordenação de Métodos Quantitativos e Estatística : Marcelo Pitta (Coordenador), Camila dos Reis Lima, João Claudio Miranda, Mayra Pizzott Rodrigues dos Santos, Thiago de Oliveira Meireles e Winston Oyadomari
Coordenação de Métodos Qualitativos e Estudos Setoriais : Graziela Castello (Coordenadora), Javiera F. Medina Macaya, Mariana Galhardo Oliveira e Rodrigo Brandão de Andrade e Silva
Coordenação de Gestão de Processos e Qualidade : Nádilla Tsuruda (Coordenadora), Juliano Masotti, Maísa Marques Cunha e Rodrigo Gabriades Sukarie
Coordenação da pesquisa TIC Kids Online Brasil : Luísa Adib Dino
Gestão da pesquisa em campo : Ipec - Inteligência em Pesquisa e Consultoria: Guilherme Militão, Monize Arquer, Moroni Alves e Rosi Rosendo
Apoio à edição : Comunicação NIC.br: Carolina Carvalho e Leandro Espindola
Preparação de texto e revisão em português : Tecendo Textos
Tradução para o inglês : Prioridade Consultoria Ltda.: Isabela Ayub, Lorna Simons, Luana Guedes, Luísa Caliri e Maya Bellomo Johnson
Projeto gráfico : Pilar Velloso
Editoração : Grappa Marketing Editorial (www.grappa.com.br)

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br

(em abril de 2025)

Coordenadora
Renata Vicentini Mielli

Conselheiros
Alexandre Reis Siqueira Freire
Beatriz Costa Barbosa
Bianca Kremer
Cláudio Furtado
Cristiane Vianna Rauen
Cristiano Reis Lobato Flores
Débora Peres Menezes
Demi Getschko
Henrique Faulhaber Barbosa
Hermano Barros Tercius
José Roberto de Moraes Rêgo Paiva Fernandes Júnior
Lisandro Zambenedetti Granville
Luanna Sant'Anna Roncaratti
Marcelo Fornazin
Marcos Adolfo Ribeiro Ferrari
Nivaldo Cleto
Pedro Helena Pontual Machado
Percival Henriques de Souza Neto
Rafael de Almeida Evangelista
Rodolfo da Silva Avelino

Secretário executivo
Hartmut Richard Glaser

Resumo Executivo

TIC Kids Online Brasil 2024

Desde 2012, a pesquisa TIC Kids Online Brasil coleta indicadores que caracterizam o acesso e o uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) por indivíduos de 9 a 17 anos no Brasil. A pesquisa também entrevista pais, mães ou responsáveis sobre a mediação que realizam quanto ao uso da Internet por seus filhos ou tutelados.

Na edição de 2024, de maneira inédita, foram coletados dados sobre a frequência de uso e posse de perfil em plataformas digitais. Pela primeira vez a pesquisa investigou, junto aos responsáveis, a percepção que possuem em relação ao pedido de ajuda para o uso da Internet feito por crianças e adolescentes, bem como a adoção de recursos técnicos para a mediação parental.

Condições de acesso e uso da Internet

Em 2024, cerca de 24,5 milhões de pessoas de 9 a 17 anos eram usuárias de Internet no Brasil (93%). Entre 2015 e 2024, houve um crescimento de onze pontos percentuais entre aqueles que usavam a Internet todos os dias ou quase todos os dias (95% em 2024 e 84% em 2015) e uma queda de oito pontos percentuais entre os que acessavam a rede pelo menos uma vez por semana (3%, comparado a 11%).

O telefone celular foi o principal dispositivo utilizado pela população investigada para acesso à rede (98%), sendo o único dispositivo digital usado por 32% dos usuários das classes DE. Além disso, mais de 90% dos adolescentes de 15 a 17 anos (93%) e dos usuários das classes AB (97%)

reportaram possuir um celular próprio (Tabela 1).

O acesso à Internet por meio de computadores por crianças e adolescentes da classe C (40%) foi o dobro do reportado nas classes DE (20%) e aproximadamente metade do das classes AB (76%). Disparidades entre as classes também foram observadas para o acesso à Internet pela

televisão — utilizada por 88% dos usuários das classes AB, 73% dos da classe C e 57% daqueles das classes DE — e pelo *videogame*, dispositivo usado por mais da metade dos usuários das classes AB (57%) e por 10% dos usuários das classes DE.

81% DOS USUÁRIOS
DE 9 A 17 ANOS
REPORTARAM POSSUIR
UM CELULAR PRÓPRIO

Em relação ao local de acesso, quase a totalidade de crianças e adolescentes acessou a Internet no domicílio (99%). A casa de outras pessoas foi o segundo principal local de acesso à rede (87%). O acesso à Internet em deslocamento por usuários de 9 a 17 anos apresentou diferenças significativas para as classes AB (74%), C (44%) e DE (33%). Além disso, 59% dos adolescentes de 15 a 17 anos reportaram acesso em deslocamento, proporção que diminuiu para 26% no caso das crianças de 9 a 10 anos. Aproximadamente metade das crianças e dos adolescentes reportou ter acessado a Internet na escola (51%). Houve diferença significativa entre aqueles com 9 a 10 anos (13%) e aqueles com 13 a 14 anos (61%) e 15 a 17 anos (81%) que acessaram a rede na escola.

Práticas online: participação em plataformas digitais

A edição de 2024 trouxe novos indicadores sobre a frequência de uso e posse de perfil próprio para o acesso às principais plataformas

digitais. Os resultados indicaram que o WhatsApp é a plataforma digital acessada com maior frequência por usuários de Internet de 9 a 17 anos (71%), seguida pelo YouTube (66%), pelo Instagram (60%) e pelo TikTok (50%).¹

Indivíduos mais novos, de 9 a 10 anos (70%) e de 11 a 12 anos (71%), são usuários frequentes principalmente do YouTube. Já os de 13 e 14 anos são usuários frequentes principalmente do Instagram (78%) e do WhatsApp (73%). Para aqueles com 15 a 17 anos, o WhatsApp (91%) e o Instagram (81%) foram as plataformas acessadas mais frequentemente (Gráfico 1).

Cerca de 83% dos usuários de Internet de 9 a 17 anos possuíam perfil próprio em pelo menos uma das plataformas digitais investigadas, sendo 60% para a faixa etária de 9 a 10 anos, 70% entre os de 11 a 12 anos, e 93% para 13 a 14 anos. Entre os mais velhos (com idade de 15 a 17 anos), quase a totalidade (99%) possuía perfil em ao menos uma plataforma digital.

Entre os usuários de Internet de 9 a 17 anos, 69% dos que acessaram o WhatsApp e 63% dos que entraram no Instagram pelo menos uma vez na semana reportaram possuir um perfil próprio nessas plataformas. As maiores proporções dos que reportaram acesso à plataforma digital pelo menos uma vez na semana, mas não possuíam perfil próprio, foram de 38% para o YouTube e de 15% para o TikTok (Gráfico 2).

Considerando o TikTok e o Discord, além das diferenças por idade, também houve distinção na posse de perfil por meninos e meninas. A presença de meninas com perfis no TikTok foi superior à relatada por meninos (52% e 38%, respectivamente), ao contrário do que se observa no caso do Discord, em que a posse de perfis próprios é superior para os meninos (16%) do que para as meninas (1%).

Habilidade digitais

Quase a totalidade dos usuários de 11 a 17 anos (96%) relatou ser verdade ou muito verdade que sabia baixar aplicativos, 70% deles sabiam ajustar as configurações de privacidade em redes sociais

e cerca da metade (47%) sabia verificar quanto dinheiro havia gastado com algum aplicativo.

Quanto às habilidades sociais *online*, 82% desses usuários relataram saber excluir pessoas da lista de contatos ou amigos e 73% deles sabiam como denunciar um conteúdo ofensivo relacionado a si mesmo ou a pessoas com quem convive.

Em relação às habilidades criativas, 55% dos usuários de

45% DOS USUÁRIOS DE 11 A 17 ANOS CONCORDARAM QUE A PRIMEIRA PUBLICAÇÃO QUE VEEM NAS REDES SOCIAIS É A ÚLTIMA QUE FOI POSTADA POR UM DOS SEUS CONTATOS

11 a 17 anos relataram ser verdade ou muito verdade que sabiam como diferenciar conteúdo patrocinado e não patrocinado *online*, como o presente em um vídeo ou em uma postagem em redes sociais. A proporção dos que concordaram que usar *hashtag* aumenta a visibilidade de uma publicação na Internet foi de 65%. Mais de 70% concordaram que empresas pagam pessoas para usar seus produtos nos vídeos e conteúdos que publicam na Internet (72%).

Cerca da metade dos usuários concordou que todos encontram as mesmas informações quando pesquisam coisas na Internet (52%) e que o primeiro resultado de uma pesquisa é sempre a melhor fonte de informação (50%).

Mediação para o uso da Internet

Em 2024, a pesquisa inovou ao investigar o uso, pelos responsáveis, de recursos técnicos. Cerca de três em cada dez usuários de Internet de 9 a 17 anos têm responsáveis que utilizam recursos para bloquear ou filtrar alguns tipos

¹0 uso frequente considera as escalas "várias vezes ao dia" ou "todos os dias ou quase todos os dias".

TABELA 1

—
Crianças e adolescentes que possuem celular, por faixa etária e classe (2024)

Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)

De 9 a 10 anos	67
De 11 a 12 anos	79
De 13 a 14 anos	77
De 15 a 17 anos	93
AB	97
C	80
DE	77

Entre os usuários de Internet de 9 a 17 anos, ...

84%
assistiram a vídeos, programas,
filmes ou séries na Internet

78%
jogaram online

76%
usaram redes sociais

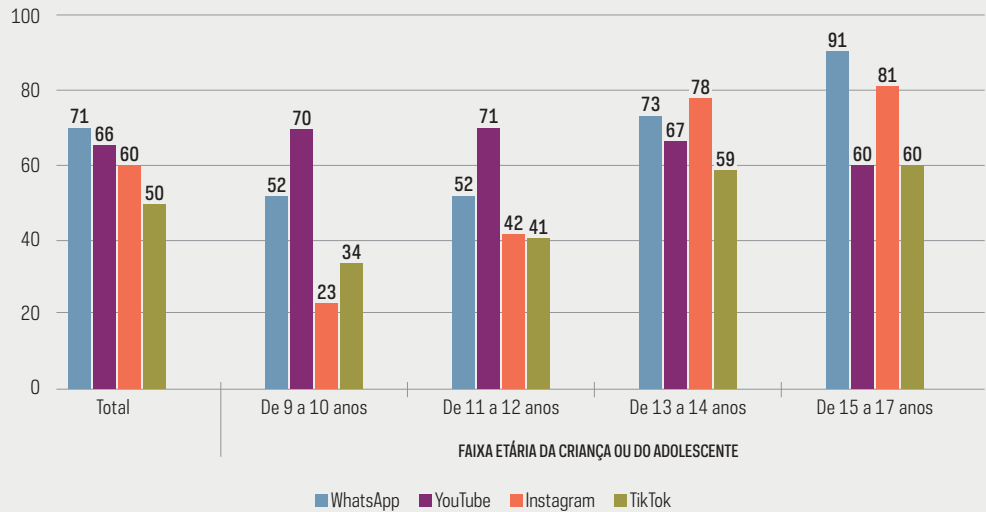
36%
postaram na Internet um texto,
imagem ou vídeo de autoria própria

GRÁFICO 1

—
Crianças e adolescentes, por frequência* de uso de plataforma digital (2024)

Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)

* “Várias vezes ao dia” ou “Todos os dias ou quase todos os dias”



de sites (34%), filtrar aplicativos que eles podem baixar (32%) e mecanismos que limitam as pessoas com quem eles podem entrar em contato por meio de chamadas de voz ou mensagens (32%). Para cada um dos itens analisados, as proporções foram de cerca de 20% para as faixas de 13 e 14 anos e de 15 a 17 anos e de 40% para aqueles com idade de 9 e 10 anos e 11 e 12 anos (Gráfico 3).

Cerca de 60% de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos têm responsáveis que afirmaram que eles podem assistir a vídeos, programas, filmes ou séries (68%), enviar mensagens instantâneas (67%), baixar músicas ou filmes na Internet (66%) e jogar *online* (66%) quando estão sozinhos. Já as principais atividades que crianças e adolescentes não podem realizar em nenhuma circunstância, segundo os seus responsáveis, incluem fornecer informações pessoais para outras pessoas na Internet (81%) e realizar compras *online* (69%).

Metodologia da pesquisa e acesso aos dados

A pesquisa TIC Kids Online Brasil tem como objetivo compreender como a população de 9 a 17 anos de idade utiliza a Internet e como lida com os riscos e as oportunidades decorrentes do uso. A pesquisa utiliza como referência o marco conceitual definido pela rede EU Kids Online², que considera a influência dos contextos individual, social e do país sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes. O período de coleta dos dados foi de março a agosto de 2024. Foram entrevistados 2.424 crianças e adolescentes e 2.424 pais ou responsáveis em todo o território nacional. Os dados foram coletados por meio de entrevistas com abordagem face a face, com aplicação de questionário estruturado. Os resultados, incluindo as tabelas de proporções, totais e margens de erro, da pesquisa TIC Kids Online Brasil estão disponíveis no *site* (<http://www.cetic.br>) e no portal de visualização de dados do Cetic.br|NIC.br (<https://data.cetic.br/>). O “Relatório Metodológico” e o “Relatório de Coleta de Dados” podem ser consultados tanto na publicação como no *site*.

BOX 1

PEDIDOS DE ORIENTAÇÃO FEITOS POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES PARA O USO DA INTERNET

Pela primeira vez, a pesquisa perguntou sobre a percepção dos responsáveis quanto à frequência de pedidos de orientação feitos por crianças e adolescentes para o uso da Internet. Segundo as declarações dos responsáveis, 44% dos usuários de 9 a 17 anos “sempre” ou “quase sempre” contam sobre coisas que os incomodam ou chateiam na Internet, que é a mesma proporção dos que afirmaram que a criança ou o adolescente “sempre” ou “quase sempre” pede ajuda para uma situação na Internet que não consegue resolver (Gráfico 4).

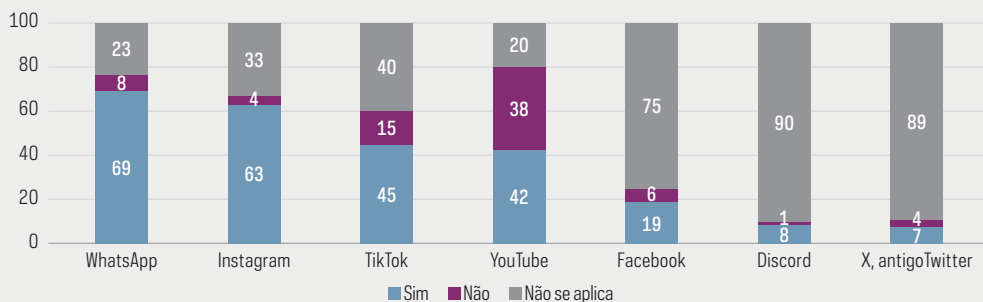
Diferença significativa é observada na proporção de meninas que “sempre” contam sobre situações que incomodam ou chateiam (46%) em comparação ao percentual dos meninos (28%). Os dados também revelaram uma queda gradual nos pedidos de orientação e compartilhamento sobre experiências *online* conforme a idade avança. Entre os mais novos, de 9 a 10 anos, mais da metade “sempre” ou “quase sempre” conta sobre situações incômodas, pede ajuda para casos que não sabem como resolver ou inicia conversas a respeito do que fazem *online*, com uma proporção de cerca de um quinto para usuários de 15 a 17 anos.

²A rede europeia EU Kids Online desenvolveu originalmente o marco referencial e hoje integra a iniciativa Global Kids Online. Para mais informações sobre os países participantes da rede, bem como dos resultados de cada contexto, acesse o *site* do projeto: <http://globalkidsonline.net/>

GRÁFICO 2

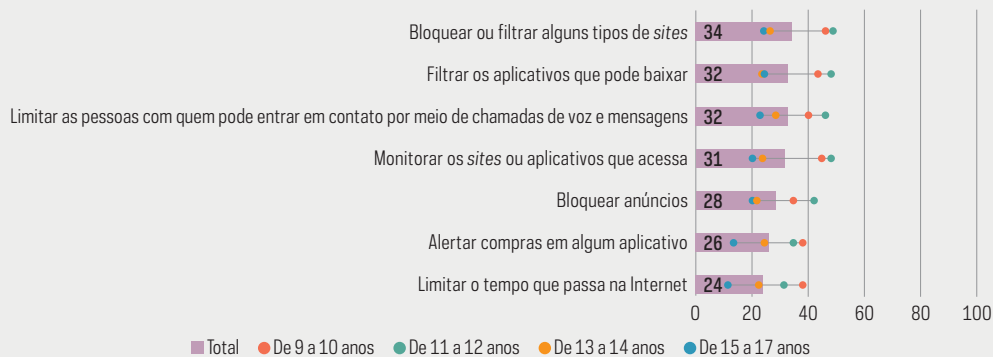
Crianças e adolescentes que usaram plataformas digitais pelo menos uma vez por semana, por perfil próprio em plataforma digital (2024)

Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)

**GRÁFICO 3**

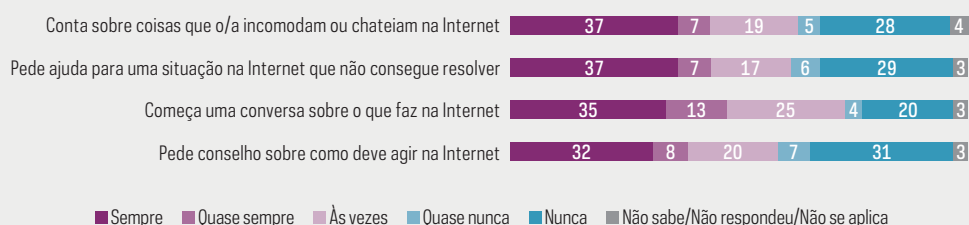
Recurso técnico para mediação do uso da Internet pela criança ou pelo adolescente, segundo declaração do responsável (2024)

Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)

**GRÁFICO 4**

Pedido de orientação para o uso da Internet por crianças e adolescentes, segundo declaração do responsável (2024)

Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



Acesse os dados completos da pesquisa!

Além dos resultados apresentados nesta publicação, estão disponíveis no *site* do Cetic.br|NIC.br as tabelas de indicadores, os questionários, as informações para acessar os microdados e a apresentação dos resultados do evento de lançamento, além de outras publicações sobre o tema da pesquisa.

Código e nome do indicador

As tabelas de resultados (<https://cetic.br/pt/pesquisa/kids-online/indicadores/>), disponíveis para *download* em português, inglês e espanhol, apresentam as estatísticas produzidas, incluindo informações sobre os dados coletados e cruzamentos para variáveis investigadas no estudo. As informações disponíveis nas tabelas seguem o exemplo abaixo:

População a que se referem os resultados

A4 - CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET

Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos

PERCENTUAL (%)		MAIS DE UMA VEZ POR DIA	PELO MENOS UMA VEZ POR DIA	PELO MENOS UMA VEZ POR SEMANA	PELO MENOS UMA VEZ POR MÊS	MENOS DE UMA VEZ POR MÊS
TOTAL		85	10	3	1	0
ÁREA	Urbana	87	9	2	1	0
	Rural	76	13	8	2	0
REGIÃO	Sudeste	91	6	1	1	0
	Nordeste	83	12	3	1	1
	Sul	83	11	5	0	0
	Norte	73	17	7	1	1
	Centro-Oeste	84	13	2	1	0
CLASSE SOCIAL	AB	95	5	1	0	0
	C	85	10	3	1	0
	DE	83	12	3	1	1

Recortes de tabulação dos resultados: total (conjunto da população) e características de análise (região, faixa etária etc.), diferentes em cada pesquisa

Respostas do indicador

Resultados: podem ser em % ou totais

Fonte: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2024). Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2024 [Tabelas].

Como referenciar as tabelas de indicadores



Esta publicação está disponível também em inglês no *website* do Cetic.br|NIC.br.